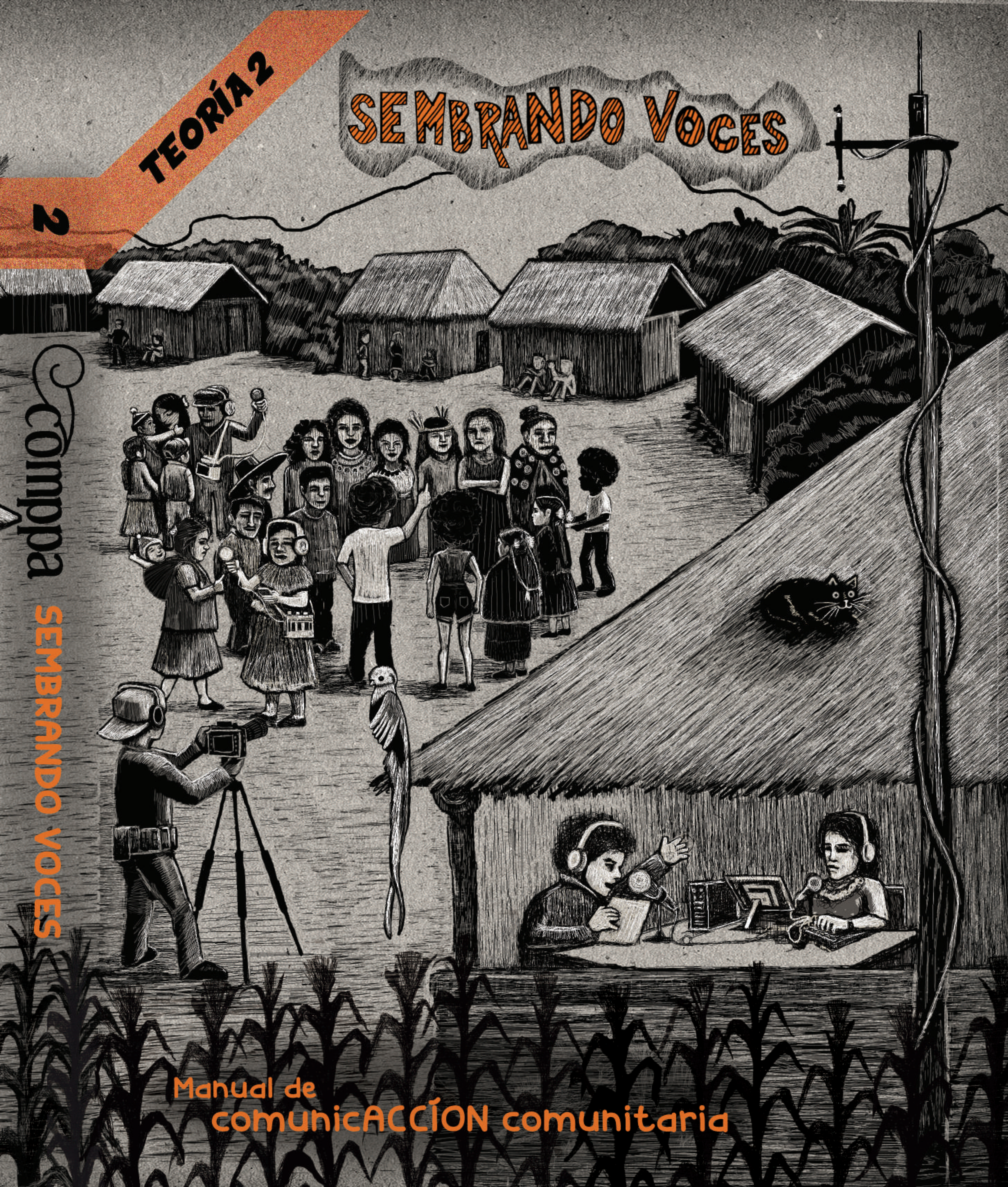

TEORÍA 2
2
SEMBRANDO VOCES
Compppa
SEMBRANDO VOCES
Manual de
comunicACCÍON comunitaria



Sembrando Voces

Manual de ComunicACCIÓN Comunitaria

TEORÍA 2

COMPPA ~ Comunicadores y Comunicadoras Populares por la Autonomía

Sembrando Voces Teoría 2
Manual de ComunicACCIÓN Comunitaria

COMPPA ~ Comunicadores y Comunicadoras Populares por la Autonomía

Primera Edición	Febrero 2021
Redacción	COMPPA
Diseño y Diagramación	COMPPA
Corrección de estilo	Marc Delcan Albors
Portada	Carlos Alberto Jiménez
Ilustraciones	Julia Villarrubia Pinés
Impresión	Ciudad de México, México

La impresión de este manual fue posible gracias al apoyo financiero de:







Primera Edición
Mesoamérica
Febrero 2021



"Hacer comunicación es una forma de ternura para regresar la dignidad a los pueblos."

Alfonso "Poncho" Porres

Alfonso "Poncho" Porres fue un artista visual, comunicador social y activista político; pero, sobre todo, fue un compañero y amigo solidario y empático, a quien conmovían las injusticias y desigualdades. Las vivencias, pláticas y espacios que compartimos dejaron huellas profundas en nuestro camino que siguen presentes en la memoria de la Red Mesoamericana y en cada unx de nosotrxs.

AGRADECIMIENTOS

Este manual es una sistematización y recopilación de las experiencias de COMPPA y sus organizaciones hermanas a lo largo de más de quince años de trabajo para la construcción de una comunicación popular y comunitaria en Centroamérica.

Queremos agradecer a las organizaciones con las cuales hemos venido caminando, construyendo, aprendiendo y soñando en estos años de trabajo. En especial a las organizaciones que actualmente forman la Red Mesoamericana de Radios Comunitarias, Indígenas, Garífunas y Feministas.

Guatemala
Comunidades de Población en Resistencia (CPR)
Unión Verapacense de Organizaciones Campesinas (UVOC)
Otra Cooperativa
Comité de Desarrollo Campesino (CODECA)

Honduras
Organización Fraternal Negra Hondureña (OFRANEH)
Red Nacional de Defensoras de Derechos Humanos de Honduras
Asociación para el Desarrollo de la Península de Zacate Grande (ADEPZA)
Consejo Cívico de Organizaciones Populares e Indígenas de Honduras (COPINH)
Coordinadora de Organizaciones Populares del Aguán (COPA)

También agradecemos a nuestrxs compañerxs de Lumaltik, de Promedios de Comunicación y de la Oficina Ecuménica por la Paz y la Justicia por el apoyo brindado y a todas las personas que han aportado a la campaña de donación para hacer posible este libro.

Agradecemos a las personas que han formado parte de COMPPA en los diferentes momentos y tiempos, quienes han dejado sus huellas en la historia de este colectivo y de las radios comunitarias y organizaciones que acompañamos. Además de las que desde siempre creen y apoyan nuestro trabajo. Un gracias especial para Valentina Valle por apoyarnos a pesar de la distancia y los tiempos difíciles, a Anna Jover por enriquecernos con su experiencia, a Medhin Tewolde y Eva Valadez por sus comentarios y el acompañamiento.







ÍNDICE

CÓMO USAR ESTE MANUAL

Para facilitar el uso del manual les queremos compartir algunos consejos e informaciones:

El contenido de este libro es para acompañar espacios de capacitación y reflexiones en colectivo. La mejor forma de tratar los contenidos es a través del trabajo grupal para reflexionar y analizar desde sus realidades y experiencias que tienen en las radios comunitarias. Al lado del texto encontrarás un espacio en blanco que puedes utilizar para notas o señalar partes que te interesen.

Cada capítulo es independiente y se encuentra dividido en varios temas. Por lo cual, invitamos a quiénes quieran usar los textos para talleres o espacios de formación a que elijan los temas de su interés, a mezclarlos o combinarlos según sus necesidades. Cada tema del capítulo está elaborado para poder ser fotocopiado por completo. Si te interesa un subtema particular podrás fotocopiarlo fácilmente sin que contenga materiales de otros capítulos.

Los textos contienen una serie de recuadros y símbolos para explicar, aclarar o sugerir acerca de los contenidos:

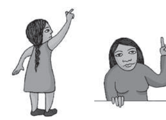
Reflexionemos: Es para invitarte a llevar a cabo una reflexión sobre el tema.



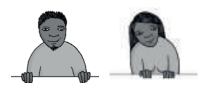
Citas: Decidimos encerrar algunas citas importantes dentro de un recuadro para resaltarlas durante la lectura.



¡OJO! Un aviso u observación para poner atención en un aspecto particular del tema.



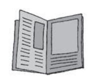
Concepto: Aquí encontrarás la definición de alguna palabra que ayude a comprender el tema.



Recomendaciones: Agregamos esta opción para recomendarte algunos pasos, lecturas o darte consejos que ayuden a tus actividades.

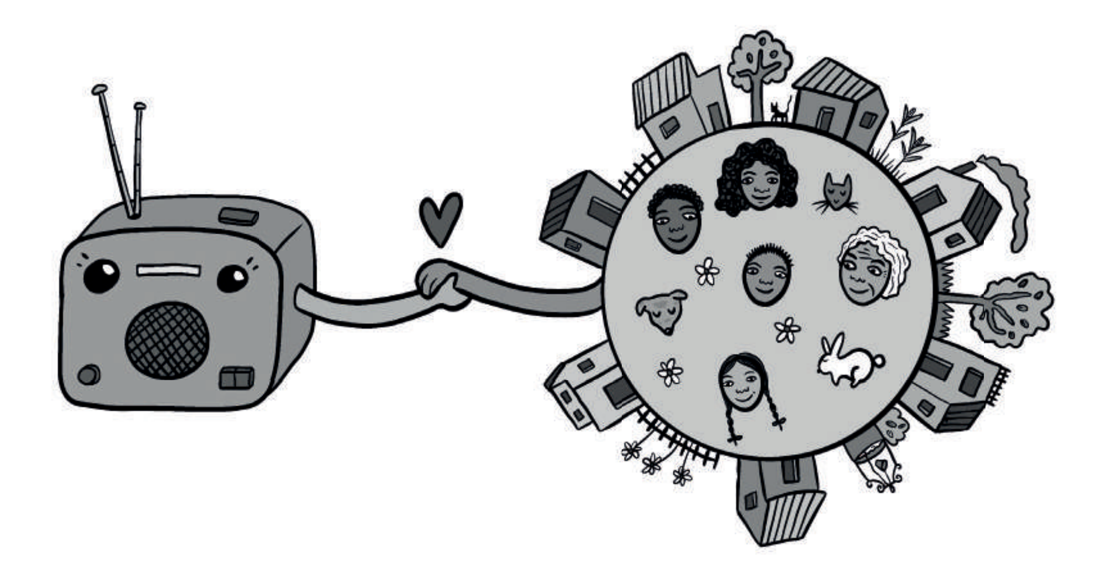


Referencia a contenidos en el libro 1: Una referencia a contenido del libro básico que está vinculado con el tema. Dentro del icono se encuentra el numero de la página del libro 1.



Nota: A lo largo del texto encontrarás el uso de palabras como compañerxs, nosotrxs, en donde el uso de la x es para incluirnos tanto mujeres, hombres como aquellxs que no se identifiquen en estos dos géneros. Sabemos que en la actualidad existen diferentes reflexiones sobre la diversidad en nuestros géneros, así como en la forma de cómo nos nombramos. Reconocemos que en COMPPA y en el contexto en cual trabajamos aún nos falta mucha reflexión sobre este tema.

INTRODUCCIÓN



El manual que tienes en tus manos es el segundo manual de la serie **Sembrando Voces** que sistematiza conocimientos y aprendizajes para la formación avanzada en comunicación popular. El nivel básico de esta serie consta de un volumen teórico y otro práctico en los que nos enfocamos en las herramientas y conocimientos para la capacitación de corresponsalxs comunitarixs y el trabajo en campo. Ahora, en este segundo libro, vamos a profundizar en estos conocimientos y acercarnos a nuevos temas para fortalecer nuestro equipo de comunicación, la organización y actividades que se realizan en la cabina de radio.

Con la serie Sembrando Voces, lxs que somos parte del colectivo COMPPA (Comunicadores y Comunicadoras Populares por la Autonomía) queremos compartir y reflexionar acerca de lo que hemos aprendido trabajando con organizaciones indígenas, garífunas, campesinas, feministas y populares. Lo que hemos conocido en estas luchas por la construcción de medios de comunicación comunitarios a lo largo de más de quince años. El manual tiene un enfoque particular, pero no limitado, en torno a la radio comunitaria y mantiene una metodología explicada en cinco ejes temáticos:

1) Comunicación popular y comunitaria
2) Legalidad y legitimidad
3) Género y comunicación
4) Organización de un medio popular y comunitario
5) Producción de contenidos

En este libro buscamos actualizar algunos de los textos que ya han aparecido en otros manuales que hemos publicado, así como incorporar nuevos contenidos. Lo hemos pensado con el objetivo de acercarnos a las nuevas tecnologías que surgieron en los últimos años; pero, también, por las experiencias, avances y logros que ha hecho el movimiento de los medios comunitarios. Las organizaciones con las que trabajamos y que forman parte

de este movimiento han dado grandes pasos hacia una comunicación propia, autónoma, independiente, comunitaria y popular. Lo que comenzó con capacitaciones en comunicación popular y el levantamiento de radios comunitarias, se ve reflejado hoy en el trabajo de toda una red de radios comunitarias: la Red Mesoamericana de Radios Comunitarias, Indígenas, Garífunas y Feministas.

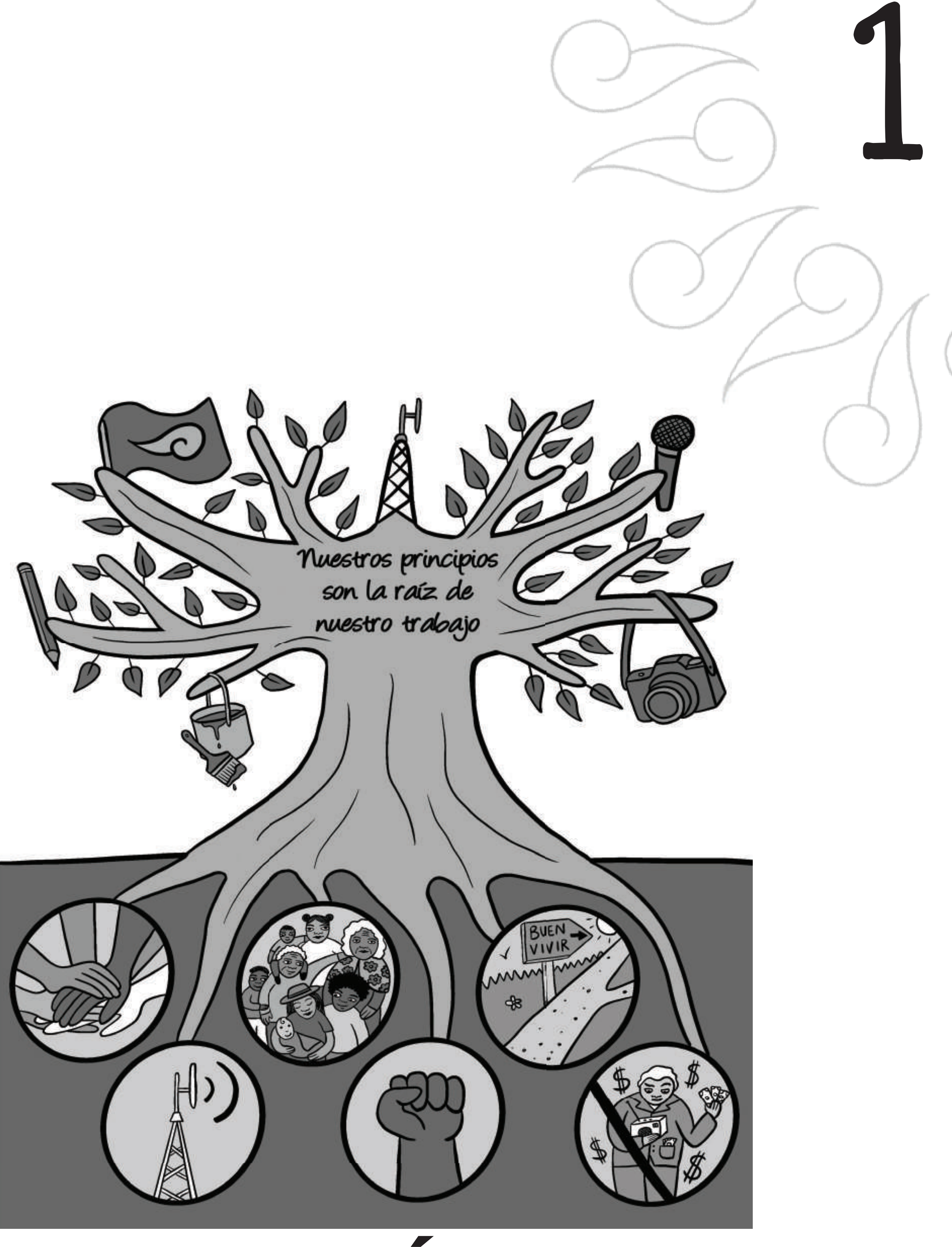
No sólo se multiplicaron las estaciones de radios que conforman esta Red, también lo han hecho las personas que le dan vida, los conocimientos, experiencias que comparten y los diferentes aspectos o temáticas que se trabajan desde las radios. Esto nos llevó a profundizar, actualizar y ampliar nuestros conocimientos y reflexiones.

Desde COMPPA observamos con mucha alegría y cariño que hoy existan un sin fin de organizaciones y comunidades que han construido y mantienen su propios medios. Este avance hace necesario consolidar y repensar nuestros objetivos, reflexionar para ir más allá del logro de la existencia de nuestros medios. Ahora es momento de pensar cómo podemos mantenerlos vivos y mejorarlos. Al igual que fortalecer la colaboración entre medios, apoyarnos mutuamente, mejorar nuestros contenidos o apoyar al nacimiento y crecimiento de otros medios y comunicadorxs comunitarixs que compartan nuestros principios. Es otra vez un momento para pensar en grande, ampliar nuestros sueños y reflexionar. ¿Ahora que tenemos nuestros propios medios, a dónde queremos llegar?

Los textos de estos manuales surgen de espacios de reflexión y capacitaciones en comunicación comunitaria, realizados por COMPPA y las organizaciones que conforman la Red Mesoamericana de Radios Comunitarias, Indígenas, Garífunas y Feministas. Estos escritos no intentan ser una investigación o documentación minuciosa, sino una compilación de aspectos y experiencias que consideramos importantes. Están pensados para acompañar y reforzar espacios de capacitación basados en la educación popular, así como procesos de aprendizaje colectivo. Por esto, también estaremos elaborando un volumen práctico con actividades y dinámicas que acompañen cada uno de los temas de los capítulos. Esperamos que el libro práctico avanzado pueda nacer pronto y enriquecer los espacios de capacitación. Este nuevo libro fue posible gracias a los colectivos, organizaciones, comunidades y medios comunitarios que luchan y ejercen sus derechos a la comunicación a lo largo de América Latina. Sin su experiencia, sin el trabajo de recopilación o el de documentación, no hubiera sido posible este libro. Sin embargo, con este trabajo nos hemos dado cuenta que no existe mucha documentación sobre las experiencias e historias de las radios comunitarias en Centroamérica; así que esperamos que este libro pueda contribuir en la difusión de las experiencias vivas en esta parte de nuestra América tantas veces invisiblizada.

Ahora no nos queda más que lanzar nuestra voz en el aire, para cultivar y hacer crecer estas semillas que plantamos. Para que nuestros medios comunitarios, nuestros espacios de capacitación y las nuevas generaciones de comunicadorxs populares crezcan con raíces profundas, más fuertes y que se multipliquen.

1



COMUNICACIÓN POPULAR Y COMUNITARIA



LA COMUNICACIÓN POPULAR Y COMUNITARIA

En el primer libro de **Sembrando Voces 1** hablamos de qué es la comunicación, cómo funciona y qué diferencias hay entre los medios comunitarios y los medios comerciales. Hemos visto que la comunicación no sólo es un asunto de transmitir un mensaje sino que es un intercambio y un proceso participativo que ayuda a entendernos y desarrollarnos.

Hemos visto también que el primer objetivo de los medios comerciales es la ganancia y que -en nuestros países- estos medios están en manos de unxs pocxs empresarixs y responden a sus intereses. La comunicación comunitaria, en cambio, tiene otros objetivos y responde a las necesidades de las comunidades, invita a la participación y a la organización y no tiene una finalidad lucrativa.



Ahora vamos a analizar de cerca cómo funciona la manipulación mediática, cómo influye en nuestras vidas y comunidades, reforzando y sosteniendo los sistemas de opresión. Entender cómo funciona la manipulación mediática es fundamental para contrarrestarla y desmantelar el poder de los medios comerciales. Vamos a ver que no estamos solxs, que hay muchos proyectos, colectivos, medios y organizaciones que hacen un trabajo de hormiga para contar las historias invisibilizadas.

1

EL PODER DE LOS MEDIOS MASIVOS

Cada día estamos expuestos por varias horas a los medios de comunicación como televisión, radio, periódicos o el Internet. Estos medios muchas veces son nuestra primera y única fuente para informarnos sobre las cosas que están pasando en el mundo. Los mensajes e imágenes que recibimos, así como las emociones que estos causan, influyen en la forma en como comprendemos, sentimos e imaginamos el mundo. Tenemos, por ejemplo, una idea de como viven las personas en Estados Unidos aunque no hemos estado allí pero lo hemos visto en la televisión. Cuando hablemos con personas que han estado allá nos daremos cuenta que no todo es como se nos muestra en la televisión y que existen muchas cosas más de las que no se hablan en televisión.

Por eso es importante tener claro que todo lo que vemos, leemos o escuchamos en los medios de comunicación es un producto que alguien ha fabricado y que se ve influido por la opinión, el objetivo y el interés de su autor/a. La persona que realiza este trabajo puede estar bajo la influencia de quien paga.

> "La noticia no ocurre, es manufacturada. Los hechos si ocurren, naturalmente, pero lo que leemos, escuchamos y vemos en la prensa, la radio y la televisión es el producto de un complejo y sofisticado proceso de producción".
>
> Chanan, Michael. *La guerra en El Salvador: la fabricación de la noticia*, Comunicación y cultura 8.

A través de su trabajo periodístico los medios masivos deberían cumplir una labor fundamental para informar a la población y representar diferentes opiniones. El hecho de que los medios masivos sean propiedad privada y que su primer objetivo sea hacer dinero está en contradicción con su supuesto papel porque todo suele estar orientado a la ganancia económica. Esta contradicción hace que los medios comerciales no sean neutrales, sino que promuevan los valores y opiniones que más les benefician. Los medios masivos tienen el poder de manipular al público a través del contenido que difunden porque pueden imponer una tendencia hacia ciertas opiniones y valores.

1

Reflexionemos: Estos son 4 titulares de noticias de diferentes medios sobre las protestas del sector de salud y educación en Honduras. ¿Qué imagen te viene primero a la mente leyendo cada titular?

"Sigue el caos en el tercer día de protestas de maestros y médicos en Honduras"[1]
1.06.2019

"Las consecuencias que ha dejado el paro de médicos y maestros en Honduras"[2]
10.06.2019

"Honduras: Maestros protestan contra la privatización de educación"[3]
15.05.2019

"¿Por qué las reformas del sistema sanitario y educativo han generado masivas protestas en Honduras?"[4]
30.04.2019

Las cuatro noticias son sobre los mismos acontecimientos pero causan impresiones diferentes; esto no es casual, depende de la intención y opinión del autor o medio que elabora la información. El uso de palabras como caos, terrorismo o vándalxs para describir una marcha suele tener como consecuencia generar una impresión negativa en el público frente a las manifestaciones.

1 https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/sigue-caos-protestas-maestros-medicos-honduras/
2 https://www.elheraldo.hn/pais/1292026-466/las-consecuencias-que-ha-dejado-el-paro-de-m%C3%A9dicos-y-maestros-en
3 https://www.hispantv.com/noticias/honduras/428482/protesta-maestros-privatizacion-educacion-hernandez
4 https://www.notimerica.com/politica/noticia-reformas-sistema-sanitario-educativo-generado-masivas-protestas-honduras-20190430120231.html

La manipulación mediática

Existen muchas técnicas de manipulación mediática, las más visibles son las comerciales. Estas tienen como objetivo convencernos a comprar ciertos productos. Otra técnica es la desinformación, una acción y estrategia cuya finalidad es causar desconocimiento o confusión en las personas a través de mentiras y datos falsos. La desinformación se usa para influir en la opinión pública sobre un tema, un acontecimiento o una información e intenta crear opiniones y reacciones a favor de quien está desinformando.

Para profundizar en este tema de la manipulación mediática, les recomendamos leer la lectura complementaria de Noam Chomsky. Chomsky es un filósofo, analista y activista que desde años estudia cómo los medios de comunicación masivos han contribuido en la consolidación del sistema capitalista y patriarcal en el cual vivimos actualmente.

Existe toda una industria y especialistas que se dedican a producir mensajes que nos manipulan. Son métodos que están diseñados para que el contenido y la forma de un mensaje nos convenza, nos guste o cause ciertas emociones en el público. Estos mensajes son productos muy bien pensados para poder cumplir con el objetivo de imponer valores y opiniones que favorecen a quienes pagan por estos servicios. No sólo se usa el formato de los comerciales para convencernos. En los periódicos por ejemplo hay tarifas para publicaciones no comerciales. Puede ser una noticia o una entrevista que aparece como contenido informativo, pero alguien está pagando para que sea publicado de manera similar a un comercial. También existen películas de entretenimiento que tienen el objetivo de manipular, por ejemplo películas que están financiadas por grupos conservadores que niegan los derechos a las mujeres. La diferencia con los comerciales es que no quieren convencernos de un producto, sino de una opinión.



1

La propaganda

El control, la selección y la emisión de las informaciones que recibimos (y las que no) representan un gran poder. Esta es la razón por la cual el control de los medios de comunicación es tan importante para los gobiernos y empresarixs.

No se trata de golpear, matar y/o desaparecer a lxs que se oponen, sino de algo más efectivo: lograr que la gente acepte algo que en el fondo no quieren. Los gobiernos prefieren convencer a lxs ciudadanxs a través de los medios de comunicación porque así aparece como si se trata de libre elección de la gente y no como una imposición.

A esta máquina que permite a los gobiernos hacer grandes campañas mediáticas y lograr que una mayoría cambie de opinión se le conoce con el nombre de "propaganda". Como dice Noam Chomsky, la propaganda en la democracia es lo que es la represión en una dictadura. En lugar de usar la violencia física se intenta manipular y controlar la opinión de la gente. El bombardeo constante a través de los medios comerciales nos programa inconscientemente sobre qué debemos hacer, qué debemos creer y cómo nos debemos comportar.

"La **propaganda** es una forma de transmisión de información que tiene como objetivo influir en la actitud de una comunidad respecto a alguna causa o posición, presentando solamente un lado o aspecto de un argumento. Esta es usualmente repetida y difundida en una amplia variedad de medios con el fin de obtener el resultado deseado en la actitud de la audiencia".

Wikipedia. *Propaganda.*

Para que algo nos convenza es necesario que tenga una buena argumentación y una historia que le dé sustento, lógica y sentido. A esta historia se le llama "discurso" o "narrativa". Por eso muchas veces se escucha decir "el discurso del gobierno" o "la narrativa gubernamental". No significa que el gobierno salga a la calle a dar una declaración, sino más bien se refiere al conjunto de ideas, valores e intereses que se expone a través de las palabras y argumentos y que repiten una y otra vez en sus declaraciones. Para enfrentar la propaganda de los gobiernos (y empresas) tenemos que analizar su discurso, de-construir sus historias, mostrar argumentos y la realidad en que viven nuestras comunidades.



Un ejemplo claro es el discurso del desarrollo. Los gobiernos han construido una narrativa que sólo el crecimiento de la economía y la inversión extranjera puede eliminar la pobreza. De esta manera se intenta promover la privatización de los servicios públicos, la minería y los proyectos hidroeléctricos. Esta propaganda se repite en la mayoría de los medios comerciales sin mencionar opiniones o pensamientos que muestren lo contrario.

"Los medios de comunicación que tenemos son unos medios pro-gobierno y que son, digamos, medios de comunicación para generar condiciones de que la gente pueda aceptar las cosas. […] De cualquier proyecto que sea supuestamente en beneficio para las comunidades y al cual las comunidades se oponen, le dicen a uno que está en contra del desarrollo. Ahí es donde yo quería también apuntar. Lo que significa supuestamente desarrollo. ¿Qué entendemos por desarrollo? ¿Para qué? ¿Cómo? ¿Quiénes son la gente que se beneficia? Son cosas que también en este sentido tendríamos que trabajar y discutir".

Participación de Miriam Miranda, Seminario ZEDE de BUKO.

1

La manipulación de nuestro imaginario

Los medios de comunicación no sólo tienen el poder de manipular nuestra opinión sobre un tema especifico; pueden lograr manipular la forma en que nos imaginamos el mundo, cómo lo entendemos y qué pensamos.

¿Pero cómo funcionariá esto?

Tomemos como ejemplo la figura de Papa Noël o Santa Claus. Probablemente piensas en un abuelo blanco, con una barba, una panza y un abrigo rojo.

Si te digo que Papa Noël es un duende vestido de verde, probablemente sea difícil imaginártelo. Pero hace 100 años existían diferentes formas de imaginar a Santa Claus y en muchos pueblos se representaba como un duende verde. Lo que conocemos ahora está basado en una imagen de Santa Claus creada por la empresa Coca-Cola. Si no te convence, piensa en Santa Claus y en una lata de Coca-Cola: ¿acaso el diseño y los colores no son los mismos? La imagen que elaboró la empresa fue difundida ampliamente en los comerciales y poco a poco desplazó las otras formas de imaginación que existían. Si bien la imagen que tenemos hoy de Santa Claus no fue un invento completo de Coca-Cola, ya que antes en algunos pueblos existía el Santa Claus rojo, el problema es que ahora sólo existe el Santa Claus rojo mientras que las otras formas de imaginar a este personaje desaparecieron.

¿Pero qué tiene que ver la Navidad con la comunicación comunitaria? Cada pueblo tiene sus propias historias y su propia forma de ver al mundo. Si se promueve y difunde de manera masiva una sola versión, esta versión empieza a dominar y las demás formas poco a poco desaparecen, como el Santa Claus verde. Y no sólo desaparece una figura imaginada, sino toda la historia, cosmovisión y cultura de la que emerge esta figura. Hay una enorme diversidad de lenguas, costumbres y cosmovisiones conviviendo en el mundo pero en los medios comerciales dominan sólo algunas, las versiones y realidades que convienen a lxs dueñxs de esos medios, que muchas veces coinciden con los valores de los países del norte global.



Los medios masivos son una herramienta importante para imponer un pensamiento único y un discurso hegemónico. La **hegemonía** significa que un grupo dominante es capaz de borrar la diversidad de cosmovisiones, creencias, valores o costumbres que existen en una sociedad e imponer su versión del mundo, como la única verdad y la única realidad.

"Los medios de comunicación de masas contaban con el poder de construir imaginarios.... Es decir, establecían sobre qué pensar y hablar, de qué manera y desde qué ángulo. Su poder residía en establecer una "ilusión de realidad", dando por sentado que lo único que existe es aquello que aparece en sus medios, cuando apenas se trata de un recorte interesado y subjetivo de todo lo que sucede".

Binder, Inés y García Gargo, Santiago. *Politizar la tecnología. Radios comunitarias y derecho a la comunicación en los territorios digitales.*

El control mediático es una de las bases para poder mantener el sistema capitalista, colonial y patriarcal. Nos bombardean con historias basadas en una sola realidad y que refuerzan constantemente ciertos pensamientos y valores (el consumo, el egoísmo, el miedo, la violencia) y que no dejan espacio para las historias que muestran alternativas o las que ayudan a analizar, cuestionar y transformar el mundo en que vivimos. Ver el mundo a través de los medios masivos es como verlo por un túnel, sólo se ve la parte al final del túnel pero no las cosas alrededor. No sólo no nos llega la información, sino que nadie nota que existen otras alternativas, realidades o formas de pensar-hacer.



1

Las fuentes dominantes

La manipulación de la información no sólo sucede en la redacción de una noticia, sino también en la selección de los datos e informaciones que se usan para la elaboración de una noticia, así como el filtrado de las fuentes que proporcionan estos datos. En los medios comerciales es común que la fuente sea un comunicado del gobierno o una declaración de la policía. Ya no se investiga si es verdad lo que dice el comunicado o si hay informaciones ocultas. Los medios comerciales dan más importancia a la inmediatez que a la veracidad de la información. Es más importante sacar la noticia rápidamente que investigar bien lo que ha pasado, por eso muchos de los medios comerciales usan sólo las informaciones de una fuente.

Las **agencias de información** o **agencias de noticias** son empresas que mantienen redes de corresponsales en todo el mundo. Las agencias recopilan las informaciones de sus corresponsales, las publican y comparten de una manera rápida con sus clientes (los medios de comunicación comerciales en todo el mundo). Este modelo hace posible que un periódico pueda publicar noticias internacionales sin tener corresponsales propixs en el extranjero. Muchos medios solo compran la información que proviene de la agencia sin hacer más investigación sobre lo que está pasando. Por esto en la mayoría de los periódicos se encuentran las mismas noticias internacionales. El mercado de la información está dominado por unas pocas agencias. France Press, Reuters y Associated Press controlan más del 80% de la información mundial, con una audiencia de más de 12.000 medios. Estas pocas agencias, todas de países del norte global, deciden qué es noticia y qué no.

Los marcos

"Los marcos son modelos mentales, a veces llamados esquemas, que usamos para interpretar el mundo. Se componen de una mezcla compleja de hechos, experiencias, emociones, recuerdos y suposiciones. Tenemos un marco para casi todas las palabras pero también tenemos marcos para conceptos, personas y objetos. Sabemos que los tenemos porque podemos mirar, por ejemplo, una taza y ver no solo la entidad física llamada taza, sino que también entendemos su propósito y cómo usarla. También podemos tener muchas suposiciones o emociones relacionadas con ella, dependiendo de nuestra historia con las tazas."

The Rules. *Culture Hack Method Toolkit 1.0 Recode.*

Promover ciertos valores e invisibilizar otras formas críticas de pensar-hacer crea una especie de marco y limita nuestra imaginación. Hace que podamos imaginar algunas cosas, pero no otras.

En el discurso dominante sobre la pandemia del COVID-19 es habitual que se le eche la culpa a la población diciendo que no se cuida y que no se queda en casa, por esto la pandemia es tan fuerte y por esto ya no hay espacio en los hospitales. Estos argumentos son ciertos pero existen otras realidades que se mencionan muy poco. Por ejemplo, muchas personas no pueden quedarse en casa porque no pueden trabajar desde casa y dependen de sus trabajos o de lo que ganan día a día. También se calla que la pandemia es el resultado de la destrucción de los ecosistemas causada por el sistema capitalista y que los sistemas de salud pública están en crisis por los constantes recortes de presupuesto y por la privatización de las ultimas décadas. El discurso dominante y su marco esconden las verdaderas causas de la pandemia: la crisis civilizatoria en que nos encontramos, causada por el capitalismo, el patriarcado y el colonialismo. Como dice un análisis colectivo de HackeoCultural para muchxs es más fácil imaginarnos el fin del mundo que el fin del colonialismo-capitalismo.

EL PODER DE LOS MEDIOS MASIVOS

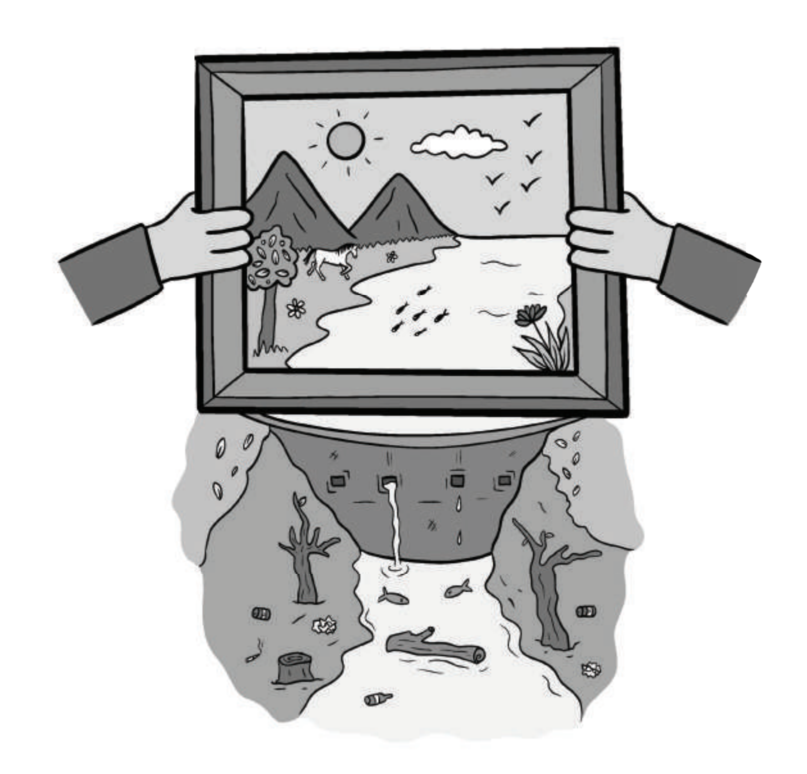
1

Nombrar una cosa es hacerla existir y definir una historia es crear una parte de la realidad. Esto es lo que tenemos que entender como medios comunitarios. No sólo intentamos desmentir a los medios de comunicación comercial sino que también vamos hacia la deconstrucción de la historia dominante, romper los marcos en que nos sujetan y mantener viva la diversidad de historias y versiones del mundo. Tenemos que aprender a ser otra vez niñxs, cuestionar el mundo en que vivimos, preguntar siempre porque, buscar y escuchar las diferentes respuestas.

Para identificar los marcos podemos preguntarnos:

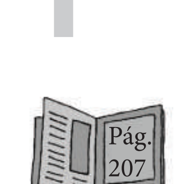
1. ¿Qué está dentro del marco y que está fuera del marco? Esto nos muestra qué es importante para el/la autorx y que opinión e interés tiene. Por ejemplo, si se mencionan muchas cosas negativas y no se menciona lo positivo muy probablemente se quiere crear una tendencia y reacción en contra de algo. Si el contenido habla sólo de cosas positivas y deja fuera las cosas negativas, pues lo que se quiere generar es una reacción a favor.

2. ¿Cómo está construido lo que está dentro del marco? Analizar el contenido de un marco nos ayuda a entender su lógica y definir las cosas con las cuales estamos de acuerdo o no y las que queremos cambiar.



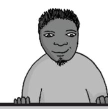
La lectura crítica

Si entendemos cómo funciona la manipulación mediática podemos enfrentarla y darle la vuelta. Un primer paso para esto es un análisis critico de las informaciones que recibimos. En el libro **Sembrando Voces 1** hemos visto la importancia de la lectura crítica y las preguntas que nos acompañan para analizar el contenido de la información.



¿Cuál es el mensaje? ¿A quién beneficia? ¿Cuál es el objetivo? ¿A quién se dirige? ¿Genera diálogo o participación?

Estas preguntas nos permiten leer, ver y escuchar críticamente. Vamos desarrollando más nuestro pensamiento crítico, uno de los elementos fundamentales para nuestro trabajo como comunicadorxs populares.



El **pensamiento crítico** es lo que nos permite filtrar, analizar y reflexionar la información que nos llega a través de distintas fuentes. Es lo que nos diferencia de los medios comerciales y masivos, que cumplen ciegamente con su papel de portavoces de los empresarios y oligarcas. Nosotrxs, en cambio, partimos del planteamiento de entender nuestra realidad para informar sobre ella y así poder cambiarla.

También sabemos que para construir una noticia debemos responder a algunas preguntas básicas que hemos identificado como:



¿Qué? ¿Quién? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Por qué?

Estas mismas preguntas nos pueden servir al revés, o sea cuando encontramos una noticia ya hecha por alguien más y queremos analizarla. Analizar quiere decir ver de cerca, desmontar para ver de qué piezas está hecha. Esto nos da más claridad sobre el contenido, de qué forma está escrito o qué opiniones y intereses representa.

1



Analizar varias noticias de diferentes medios sobre un mismo tema o acontecimiento nos permite identificar patrones y similitudes de la cobertura mediática. De esta forma podemos ver si hay una tendencia en la forma en que los medios tratan o representan ciertos temas y si esta tendencia corresponde (o no) a nuestra realidad y nuestros objetivos.

Para analizar una noticia de un periódico (también puede ser un vídeo o una noticia radiofónica) puede ayudar la siguiente tabla. Si se fijan las preguntas son las mismas de siempre. Este ejercicio es muy útil porque después de hacerlo unas veces por escrito se nos queda en la memoria y así cuando encontraremos una noticia nos saldrá de inmediato hacerlo mentalmente (ya sin necesidad de escribir).

Tema o acontecimiento que analizamos	
Título de la noticia	
Nombre del medio	
¿Qué? ¿Qué hechos cuenta la noticia? ¿Qué no se cuenta? ¿El título refleja lo que se esta contando en la noticia?	
¿Quién? ¿Quiénes son lxs actorxs en la historia? ¿Cómo es la descripción de estxs actorxs? ¿Cuántos veces se mencionan estxs actorxs? ¿Cuáles son lxs actorxs que no se mencionan?	
¿Dónde? ¿Cuáles son los lugares principales mencionados? ¿Cómo es la descripción de estos lugares? ¿Cuáles lugares o territorios no se menciona?	
¿Cuándo? ¿La historia está contada en presente o pasado y qué significa esto?¿La noticia fue sobre algo que pasó en el pasado o algo que está pasando ahora?	
¿Cómo? ¿El artículo muestra diferentes opiniones y perspectivas de la historia? ¿Debería mostrarlos? ¿Cuál es la perspectiva u opinión del/la autorx, a favor de quién está?	
¿Por qué? ¿Cuáles son los temas y subtemas del articulo? ¿El artículo explica el contexto de la historia, sus antecedentes etc.?	

1

Analizar e invertir un discurso

Un **discurso** (o narrativa) está hecho por la información que contiene (o que omite) y por el lenguaje que utiliza para transmitirla. Con **lenguaje** queremos indicar el uso que se hace de las palabras para causar emociones o comparaciones positivas o negativas, el resalte que se da a las personas, que aparecen como activas y como pasivas, así como la elección de las palabras o frases que generan comparaciones o recuerdos en nuestra imaginación.

Como ejemplo tomamos una declaración que refleja el discurso para promover el proyecto de las ZEDEs (ciudades modelos) en Honduras.

Lanzamiento en Roatán. Creciendo con Honduras
"Roatán Próspera está abriendo camino en 2020 en la bahía norte de la isla. Este Distrito de Desarrollo Económico permitirá a las empresas hondureñas y mundiales crear y hacer crecer emprendimientos en educación, salud, turismo, acuicultura y otras industrias - diversificando la economía de Roatán, desarrollando habilidades laborales, aumentando la inversión extranjera directa y creando oportunidades de crecimiento personal y profesional."

Próspera, "Lanzamiento en Roatán. Creciendo con Honduras" En *Una Plataforma para el Desarrollo Sostenible. Lanzando en Roatán.* Disponible en la página oficial de Próspera Honduras.

Las siguientes preguntas nos pueden ayudar a analizar los elementos que se usan en un discurso:

¿Cuál es la declaración principal y la lógica del discurso? Leamos con atención el texto y analicemos su contenido frase por frase. ¿Qué es lo principal qué nos dice el texto? Descríbelo en tus propias palabras.

Ejemplo: Las ZEDES a través de las empresas hondureñas y la inversión de empresas extranjeras van a traer desarrollo, trabajo, educación y salud que beneficia a todxs.

¿De qué actores, hechos o acontecimientos habla el texto y de cuáles no? ¿Qué representa como positivo y que como negativo?

Ejemplo: Se habla de las empresas y la inversión y de los beneficios que trae. El texto da la imagen que la inversión extranjera es algo bueno, que el crecimiento de las empresas significa un crecimiento para la población. No se habla de las comunidades ni de que la gente que vive en Roátan no fue consultada. Tampoco del medioambiente, del ecosistema o que el sistema de salud y educación son responsabilidad del Estado. No se menciona que el proyecto de las ZEDEs viola la soberanía nacional, fue declarado inconstitucional y retomado a partir de un golpe técnico contra la Suprema Corte de Justicia.

¿Qué palabras o frases causan estas impresiones? ¿Cuáles palabras causan impresiones o emociones positivas o negativas? ¿Se usan palabras que generan imágenes o comparaciones (metáforas)?

Ejemplo: Las palabras como crecer, abrir, desarrollando habilidades, creando oportunidades dan la impresión de que se va a mejorar y hacer algo positivo. Educación y salud son una de las bases para el buen vivir que todxs queremos. Nombrar la educación y la salud juntas pero antes del turismo, acuicultura y otras industrias, causa la impresión de que se va a hacer algo bueno y ya no se pregunta qué significa "otras industrias".

¿Qué queremos decir nosotrxs? ¿Qué cosas podemos y debemos cambiar en el discurso? ¿Cuál es nuestra realidad y cómo podemos explicarla?

Ejemplo: Es un proyecto con el cual las comunidades no están de acuerdo y no fueron consultadas. Significa expropiación y desalojos para las comunidades y viola la soberanía nacional. Sólo beneficiará a las empresas. Es la privatización de los servicios de salud y educación.

Ahora podemos cambiar el discurso y escribir nuestra versión. Hay muchas formas diferentes de cambiar un discurso, cada quien tiene una forma distinta y no hay una sola forma perfecta. Lo importante es que nuestro discurso cumpla con nuestros objetivos, esté claro, sea preciso y refleje la realidad en que vivimos.

Ejemplo: Imposición en Roatán. Descuartizando a Honduras
Roatán Próspera está imponiendo el proyecto de las ZEDEs en la bahía norte de la isla de Roatán sin una consulta previa, libre e informada a las comunidades. Este Distrito de Desarrollo Económico que viola a la soberanía nacional permitirá a las empresas hondureñas y mundiales grandes ganancias a costa de las comunidades y la riqueza natural de la isla. La población que trabaja en la pesca y el turismo será desalojada de su tierra y forzada a trabajar para estas empresas. Además se privatizará la salud y la educación imponiendo un sistema que sólo permitirá el crecimiento personal, educación y salud a lxs que pueden pagar por estos servicios.

Ya hemos cambiado la lógica y la argumentación del discurso. Pero quien está actuando y tiene el poder y el control en este discurso son todavía las empresas como Roátan Próspera. En casi todos los lenguajes hay personas o cosas que son activxs (sujetos) y personas o cosas que son pasivxs (objetos). Los sujetos mueven a los objetos. El lenguaje define inconscientemente quienes tienen el poder de actuar, cambiar o imponer y quienes sólo pueden observar y aceptar. ¿Pero, a poco las comunidades no actuamos, no construimos, no tenemos poder? ¡Claro que sí! Es importante que en nuestros discursos resulte claro que nosotrxs somos sujetos de nuestras vidas y de nuestras historias. No son las empresas o lxs ricxs lxs que deberían estar en el centro de nuestras historias, sino nosotrxs, la gente de abajo.

Ejemplo: Organización comunitaria en Roatán, tejiendo a Honduras
Las comunidades de la bahía norte de la isla de Roátan se organizan en contra de la ZEDE para impedir la imposición de un Distrito de Desarrollo Económico que perjudicará a la gran mayoría de la población para el beneficio de unas pocas empresas hondureñas y transnacionales. La población demanda soluciones que permitan un crecimiento personal y comunitario, de acuerdo con su cosmovisión y cultura, y no un falso desarrollo impuesto para beneficiar a unas pocas empresas. Además denuncian que este proyecto fue impuesto a través de un golpe técnico en contra de la Suprema Corte de Justicia, viola la soberanía nacional y los derechos de las comunidades. Las comunidades dicen no a la privatización de sus tierras y del sistema de salud y educación y demandan que el estado cumpla con su obligación de garantizar estos derechos humanos. Para el buen vivir de todxs.

1

Ahora que sabemos qué queremos comunicar y con que discurso, hay que pensar en cómo podemos hacer llegar este mensaje a mucha gente. Para esto hay que pensar también en las diferentes herramientas y formas que tenemos para difundir el mensaje de una manera creativa, puede ser a través de murales, volantes, producciones radiofónicas, obras de teatro, películas y muchas formas más.

¡OJO! Como medios comunitarios queremos fortalecer el pensamiento critico. Hay que lograr que la gente analice y haga sus propias reflexiones críticas. La mejor forma para lograr esto es no dar respuestas, sino hacer preguntas generadoras que provoquen una reflexión propia. Creemos que la mejor forma es a partir de la creatividad. Hay que romper esquemas, normalidades, mostrar otras posibilidades, romper con lo previsto, soñar e imaginar.



El colectivo *The Rules* trabajó entre 2012 y 2019 en una estrategia y metodología para enfrentar las raíces de la desigualdad, pobreza y la descomposición ecológica a través de intervenciones culturales. Su trabajo y metodología llamado "hackeo cultural" es una de las bases para los ejercicios de las páginas anteriores.

"El poder reside en la capacidad de controlar el lenguaje, los humanos le dan sentido a su mundo a través de historias. Las historias que contamos modelan a la forma en que vemos el mundo y guían nuestras respuestas a los problemas que enfrentamos. La mejor forma de cambiar el mundo es cambiar las historias en el corazón de nuestras culturas."
The Rules. *Culture Hack Method Toolkit 1.0.*
*Traducido del ingles por COMPPA

La sistematización que tiene más herramientas de análisis y cambio de narrativas se encuentra en: https://therules.org/culture-hacking/



NUESTRA MEMORIA HISTÓRICA Y LA LUCHA POR NUESTRO PASADO

Si entendemos el pasado podemos comprender y explicar el presente. Nuestra memoria es la base para la construcción de nuestra propia identidad. Sin ella no podemos reconocer de dónde venimos y por lo tanto no sabemos quiénes somos ni a dónde vamos.

George Orwell, un escritor inglés, dijo "Quien controla el presente controla el pasado y quien controla el pasado controlará el futuro".

El actual sistema capitalista, patriarcal y racista y su discurso se fundamentan en su propia versión manipulada de los hechos y acontecimientos históricos. La historia dominante invisibiliza y borra a las mujeres, los pueblos en resistencia y las alternativas que han existido a lo largo de la humanidad.

El lugar en el que estamos ahora, como sociedad, no estaba escrito ni forma parte del destino. Las sociedades y las civilizaciones no hemos llegado a donde estamos ahora por una orden predestinada. Es el resultado de procesos y sucesos complejos y de una lucha constante entre diferentes formas de pensar-hacer, de la imposición de unas sobre otras y de la resistencia permanente de los pueblos oprimidos.



1

Borrar las historias de las luchas y alternativas que había en el pasado es una forma de control. Quitarle la historia a un pueblo es quitarle su identidad y distanciarlo de sus raíces a través del discurso dominante impuesto.

Nuestras historias que ayudan a entender nuestra cultura, nuestras luchas, logros y fracasos, son lo que comúnmente definimos como nuestra **memoria histórica**. Las historias de los pueblos se transmitieron en las comunidades de generación en generación y forman nuestra identidad colectiva como comunidad. Son la base para poder entender de dónde venimos. Analizar y reflexionar sobre nuestro pasado y nuestra identidad revive las alternativas y resistencias que han construido nuestrxs ancestrxs a lo largo de su historia; nos dan la esperanza y certeza de que otro mundo es posible.

A los medios comunitarios nos toca contar y documentar lo que está pasando ahora desde nuestra realidad y conservar nuestras historias para las siguientes generaciones. Mantener viva nuestra memoria histórica es nuestro deber y parte de nuestro trabajo como comunicadorxs comunitarixs. Porque "un pueblo sin memoria es un pueblo sin futuro".

"La historia debe ser reescrita, porque la que existe es una historia sin mujeres. Nosotras hemos estado presentes, pero atrás del escenario de las guerras y de las conductas "heroicas" de algunos hombres. Ya se debe abrir el telón y escribir la historia de la convivencia humana. En la historia se nos habla de "los" campesinos, de "los" obreros, de "los" presidentes. En ese "los", ¿entran las mujeres? Al intentar una re-lectura de la historia de nuestros pueblos, nos encontramos ante un gran vacío: nadie da fe del papel de las mujeres. No hay investigaciones, no hay datos, no hay fotografías y poca gente se hace la pregunta sobre el papel que juegan las mujeres. La historia de nuestros pueblos resalta el afán más que todo masculino, de dominio, de agresividad, de fuerza, de violencia, de destruir y matar por las guerras.
Pero cabe preguntar: ¿quién y en función de qué se decide que los hechos de fuerza y de poder son los únicos importantes?, ¿quién decide que las miles de horas que las mujeres dedicamos al trabajo dentro y fuera de casa no contribuyen a mover el mundo? En este sentido, el papel de las comunicadoras es importantísimo para ayudar a rellenar y completar la otra mitad de la historia."

COMPPA, *La voz que vuela: Una guía práctica para comunicadoras comunitarias.*

1

INTERNET Y LAS REDES SOCIALES

Internet es una herramienta poderosa que está cambiando de una manera rápida las formas y tiempos en que nos comunicamos. Las noticias viajan a la velocidad de la luz; y más importante, cada vez hay más oportunidades para que todxs participemos en este flujo de información, produciendo y difundiendo noticias de lo que pasa en nuestro entorno.

Pero además de la difusión de información y noticias ciertas también hay una gran cantidad de información errónea, falsa y contradictoria que se encuentra en los miles de millones de páginas web. Estamos viviendo momentos de sobreinformación, es decir, que vemos que con Internet hay tanta información en nuestras manos que nos es imposible procesarla toda.

La manipulación en Internet

Internet se ha vuelto un campo de batalla en la guerra de la información. Por un lado causa una sensación de democratización porque todxs podemos ser comunicadorxs, pero también genera poderosas herramientas de manipulación. Las redes sociales son espacios donde se construye realidades paralelas. Hay empresas que se especializan en abrir páginas web o perfiles falsos en las redes sociales para difundir mensajes en favor de los gobiernos, o en contra de los movimientos sociales. En 2019 Facebook cerró 181 cuentas y 1488 páginas en Honduras que eran fraudulentas, dedicándose a comentar y amplificar mensajes positivos sobre el presidente Juan Orlando Hernández. El poder de dirigir mensajes específicos a un público seleccionado, convencerlo y manipularlo, hizo de Internet una de las herramientas más importantes en la manipulación de la opinión pública.

El extractivismo de datos

Una de las bases para esta manipulación es la recopilación masiva de datos sobre nosotrxs. Empresas como Google o Facebook son de las que más ganan en el mundo, aunque no cobran por usar sus servicios. ¿De dónde viene el dinero? ¿Cuál es el producto que venden?

Nosotrxs somos el producto que venden, más en detalle, nuestros datos personales y nuestra privacidad. Cada vez que usamos sus servicios estas empresas guardan la información que publicamos o que buscamos, de dónde nos conectamos y a qué hora. Saben qué música y qué comida nos gusta, dónde pasamos nuestro tiempo libre, con cuáles de nuestrxs amigxs nos comunicamos más y sobre qué temas.

La selección de información

La información que vemos en los anuncios en el Internet no es casual, hay programas (algoritmos) que usan la información sobre nosotrxs para seleccionar los productos e informaciones que nos pueden interesar. Por ejemplo, si buscamos varias veces ofertas de zapatos es muy probable que, con el tiempo, se nos aparezcan más anuncios de zapatos. Si en Youtube escuchamos sólo música de marimba, el mismo algoritmo nos propondrá más música de marimba.

¿Y por qué ver información y ofertas que nos interesan sería malo? Tendremos que entender que no únicamente se trata de vendernos zapatos. Nuestros datos se usan para estudiar y analizar nuestros comportamientos, qué es lo que nos interesa y nos gusta. Con base en estos datos recopilados se elaboran mensajes y campañas que responden específicamente a nuestros intereses. Cada vez más se están afinando los algoritmos y la recopilación de datos, estos son utilizados por empresas multinacionales, gobiernos, servicios de inteligencia o partidos políticos, no sólo para vendernos zapatos sino también para campañas políticas o ataques en contra de movimientos sociales.

Recordemos que las informaciones y sus marcos influyen en cómo percibimos el mundo en que vivimos. Si los algoritmos eligen la información que se nos presenta con base en lo que nos gusta, poco a poco viviremos en una burbuja de la realidad. Sólo veremos las cosas con las cuales nos sentimos cómodxs y compartiremos opiniones con quienes piensan igual o semejante a nosotrxs. Con nuestros datos, no solamente se puede definir cuáles productos de consumo ofrecernos para que nos agraden más, sino también se pueden elegir las opiniones políticas para que estas sean perfectamente ajustadas a nuestro gusto. Esta práctica no es nefasta sólo porque nos roba nuestra privacidad, sino también porque nos quita la posibilidad de conocer, reflexionar y razonar con personas que tienen diferentes opiniones. Confrontarnos con saberes distintos es fundamental para el aprendizaje y el desarrollo humano, así como para una sociedad democrática, incluyente y participativa.

1

Cómo funcionan las redes sociales

Dentro de Internet han ganado mucha importancia las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram o Tik Tok. La publicación de contenido es fácil, rápida e inmediata. Las redes sociales fueron una herramienta clave en la convocatoria de grandes manifestaciones y protestas en varios países del mundo, como las movilizaciones en contra de Otto Pérez Molina en Guatemala en 2015. Para muchas organizaciones sociales y populares la presencia en las redes sociales ha ganado prioridad antes de una página web propia. Cada vez las redes sociales nos ofrecen más herramientas en una sola plataforma: publicar información, subir fotos, enviar mensajes, consumir vídeos e incluso comprar, vender y almacenar información. Todo se concentra en las redes sociales y quien no se encuentra en las redes parece que no existe.

Por sus grandes ventajas es muy fácil olvidar las desventajas que implica el uso de las redes sociales. ¿Quiénes son lxs dueñxs de estas herramientas? ¿Qué control tenemos sobre nuestra información y qué implica esto?

Las redes sociales están enfocadas en la inmediatez y sirven muy bien para difundir rápidamente una información y alcanzar a mucha gente. Pero esta inmediatez hace que su modelo no sirva para la documentación de información. Tal vez ya les ha pasado que vieron una publicación interesante en Facebook y algunos días después cuando la buscan ya no es tan fácil encontrarla.

Publicamos un montón de información, pero para ser sincerx, nosotrxs no vamos a volverla a ver jamás, adémás es difícil encontrarla. Pero ahí está y aunque a nosotrxs ya no nos sirve, para las empresas y gobiernos puede ser interesante. Durante muchos años hemos luchado por el derecho a la privacidad y contra la vigilancia. Ahora somos nosotrxs lxs que voluntariamente publicamos un montón de información sensible sobre nuestras vidas. Ya no hace falta vigilarnos con policías, simplemente basta con buscar el perfil de Facebook para saber qué hace una persona, cuál es su opinión política, qué lugares frecuenta o quiénes son sus amigxs.

"La economía de la atención o el capitalismo de vigilancia gana dinero consiguiendo nuestra atención. Es un modelo de negocio que depende de que instalemos sus aplicaciones, para tener un puesto de vigilancia en nuestras vidas. Y quiere que las uses el mayor tiempo posible, porque así estás generando datos que los hacen ganar dinero. Mientras más generas, más valioso es su banco de datos."

Massis, Diana. *Marta Peirano y la economía de la atención: Somos menos felices y menos productivos que nunca porque somos adictos.*

Para lograr que pasemos más y más tiempo en las redes sociales se usan estrategias y técnicas que generan adicción. Las redes sociales son como máquinas tragamonedas. Estamos ansiosos de ver la siguiente publicación y, aunque la mayoría de informaciones que vemos no son de gran importancia, siempre queremos más y más porque puede ser que la siguiente publicación sea algo importante y no queremos sentirnos fuera. Los teléfonos celulares aumentaron el alcance e impacto que tienen las redes sociales en nuestra vida cotidiana porque la información ahora nos llega directo y donde sea que estemos.

Es importante analizar y reflexionar sobre el fenómeno de las redes sociales y qué implicaciones conlleva. Las redes sociales generan comunidades virtuales pero muchas veces a costo de las relaciones físicas. Conectan a personas en todo el mundo pero causan que estemos más tiempo en Facebook que en pláticas con nuestrxs familiares o vecinxs. De cierta manera nos acercan al mundo pero nos aíslan de nuestro entorno local y de las personas que nos rodean.

1

LOS MEDIOS Y NUESTROS TERRITORIOS

La información que recibimos influye fuertemente en nuestras vidas y tiene un impacto en nuestros territorios y comunidades. Estos impactos muchas veces no son tan visibles o medibles porque impactan sobre todo en nuestro territorio del imaginario; o sea, en nuestras creencias, valores y pensamientos. Vale la pena de pensar un momento qué valores y mensajes promueven los medios comerciales y qué causa esto en nuestras vidas y comunidades.

"Nos meten ideas de la modernidad como los celulares, la ropa, los zapatos, nos meten ideas malas a través de la televisión como las novelas, los partidos de fútbol y también en los comerciales, para que como jóvenes estemos distraídos y no pensar cómo organizar nuestra lucha."
Almendra, Vilma. *Entre la emancipación y la captura. Pueblos en camino.*

El **territorio** es lo que permite existir y vivir y que genera las condiciones para la reproducción de la vida. Es mucho más que el espacio que ocupamos físicamente y que nos rodea, como la tierra, el agua y el aire (**territorio terrenal**). También son nuestrxs cuerpxs (**territorio corporal**) y nuestra memoria, identidad e imaginación (**territorio del imaginario**).

Igual que la minería contamina a los ríos, hay información tóxica que lenta pero constantemente contamina a nuestras mentes. La constante descarga de imágenes y mensajes que promueven la violencia, el consumo insaciable o el sexismo; contaminan el territorio de nuestro imaginario y causan violencia a diferentes niveles dentro de nuestros territorios corporales y terrenales. La gran mayoría de esta información tóxica viene de afuera y nadie nos consultó antes de traerla a la comunidad.



Como comunicadorxs populares y/o como comunidades debemos reflexionar sobre el contenido y el daño que causa esta información tóxica en los lugares que habitamos. Nuestro papel como medios comunitarios es enfrentar y combatir a la información toxica, promover el pensamiento crítico y los valores que realmente ayudan para el buen vivir y para la construcción del tejido social de nuestras comunidades.

1

EL MOVIMIENTO DE LOS MEDIOS LIBRES, COMUNITARIOS, POPULARES Y ALTERNATIVOS

Una preocupación que muchas veces surge en este proceso de construcción de nuestros propios medios de comunicación es, ¿cómo podemos competir con los medios masivos y comerciales? Ante esto, planteamos: ¿acaso se trata de competir?

Si nuestras referencias son estos medios masivos siempre nos sentiremos en falta, ya que se trata de periódicos con circulación de miles de ejemplares diarios y radios con cobertura nacional e internacional. Aunque también existen medios comunitarios con bastante circulación o alcance, la gran mayoría somos proyectos pequeños ya que como comunidades, colectivos y organizaciones sociales no contamos con los recursos económicos para semejante infraestructura. Nuestros proyectos forman parte de un movimiento mucho más amplio del cual somos parte y que nos respalda: el **Movimiento social de los Medios Libres.**

Hay una gran cantidad de radios comunitarias, periódicos, fanzines, páginas web y mucho más donde comunicadorxs populares hacen un trabajo de hormiga para romper el cerco mediático y construir otra forma de comunicación. Estos medios tienen diferentes nombres, según las realidades de las que surgen, el territorio en donde nacieron, la cultura o la corriente política a las que pertenecen. Hablamos de medios comunitarios, populares, indígenas, alternativos, libres, rebeldes, ciudadanos, sociales o de cualquier otra forma les queremos llamar. En este libro usamos el termino comunitario y popular por ser el que más se maneja en las radios de la Red Mesoamericana. Una de las características importantes de todos estos medios es su identidad local, la posibilidad de que las comunidades participen directamente en la programación y la importancia que se pone en los sucesos de las comunidades.

Aunque existen diferentes redes y alianzas de medios comunitarios, el movimiento en sí no tiene una estructura u organización fija, pero esto no quiere decir que no exista un intercambio o un trabajo organizado. Muchas veces hay colaboraciones y alianzas coyunturales entre distintos medios comunitarios. Este movimiento social y cultural es diverso y tiene muchas formas de expresión; justo en esta diversidad se encuentra su fuerza. Aunque son medios diversos hay algunas características comunes que comparten. Estos características no son un reglamento, sino principios sobre los cuales creemos que vale la pena reflexionar y que pueden ayudar en la construcción de nuevos medios comunitarios.

1

1. Todxs podemos comunicar e informar

El principio de que todxs podemos ser comunicadorxs e informar y analizar hechos y realidades es uno de los pilares de la comunicación comunitaria. Todxs tenemos la capacidad y el derecho de comunicar e informar, así como a dar a conocer nuestros puntos de vista a través de los medios. Durante décadas los grandes medios nos hicieron pensar que sólo las personas con una formación universitaria de periodismo tienen la capacidad de redactar noticias, hacer entrevistas y hablar en la radio o televisión. La comunicación comunitaria y popular cuestiona y arrebata el monopolio de la palabra a los grandes medios de comunicación y lxs periodistas profesionales. ¿Quién puede hablar mejor de la realidad en las comunidades? ¿Las personas que habitan en ellas o un periodista de fuera que no conoce el contexto? Gracias a este principio al día de hoy nos llamamos comunicadorxs populares y hay una gran variedad de voces en las radios comunitarias.



2. La información y los medios de comunicación no son neutrales

Uno de los supuestos principios del periodismo profesional señala que el ejercicio de informar debe ser neutral y equilibrado en torno a los diferentes puntos de vista. Sin embargo, en la comunicación comercial no se respeta este principio ya que el principal objetivo de los medios comerciales es la ganancia económica y lxs dueñxs de muchos de estos medios son empresarixs con intereses y negocios en otros sectores, como las hidroeléctricas, las empresas de comida chatarra, etc. El negocio de las empresas de comunicación favorece a una sola clase social y por lo tanto sus mensajes llevan siempre un punto de vista que no es neutral.

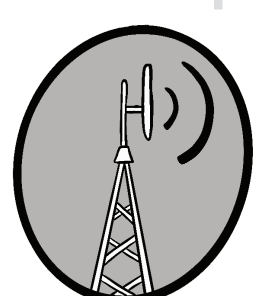


La comunicación comunitaria reconoce que su punto de vista no es neutral y se define como una comunicación enfocada en dar a conocer la realidad de los pueblos y las comunidades. Difunde la voz de lxs excluidxs que no están representadxs en los medios masivos. No es casualidad que la radio comunitaria haya surgido como expresión popular en los barrios y comunidades o entre los pueblos indígenas que no ven reflejada su realidad de vida en la información de los medios comerciales.

A veces se confunde la **imparcialidad o neutralidad** con otro termino que se conoce como **objetividad.** La objetividad es la capacidad de mostrar los hechos como son, sin interpretaciones o exageraciones de ellos. Sin embargo también este término ha sido interpretado por los medios comerciales según sus intereses y muchas veces una nota o información periodística no cuenta ni con imparcialidad, ni con objetividad.

3. La toma de los medios

Construir medios propios ha sido la manera de romper la concentración de la información en las manos de unos pocos medios comerciales y ejercer activamente nuestros derechos a la comunicación. Este ha sido el objetivo que motivó activistas y organizaciones del movimiento social a colaborar para lograr tener una imprenta o recuperar espacios públicos en donde hacer grafittis o murales.



Estos espacios se construyeron con un gran esfuerzo para lograr una comunicación que no sea mercancía, sino herramienta y proceso social de trabajo colectivo, organizativo y resultado de la construcción de un diálogo donde la comunidad está en el centro.

4. Comunicación colaborativa

Los medios comunitarios trabajan de manera colaborativa y horizontal. Es decir que las radios comunitarias y populares no tienen unx dueñx que decide qué información se va a pasar y cuál no. Regularmente es una asamblea o espacio de colaboración entre iguales en donde se deciden las diversas formas de funcionar de la radio, se resuelven los problemas que se presentan y se reparten las responsabilidades de una manera equitativa. La radio y los medios comunitarios pretenden democratizar las prácticas comunicacionales desde la raíz. Nuestra comunicación horizontal se tiene que reflejar también en las prácticas y la organización del medio.



5. El fin es social, no comercial.

Las radios comunitarias se definen como no comerciales y de interés social. Esto quiere decir que su labor está enfocada en fortalecer el tejido social, la educación, el pensamiento critico y la cultura. La radio comunitaria es una práctica sin fines de lucro. Los contenidos que producimos los compartimos con otros medios comunitarios y no son privados. Nuestra finalidad es dar a conocer la información y no ganar dinero.



1

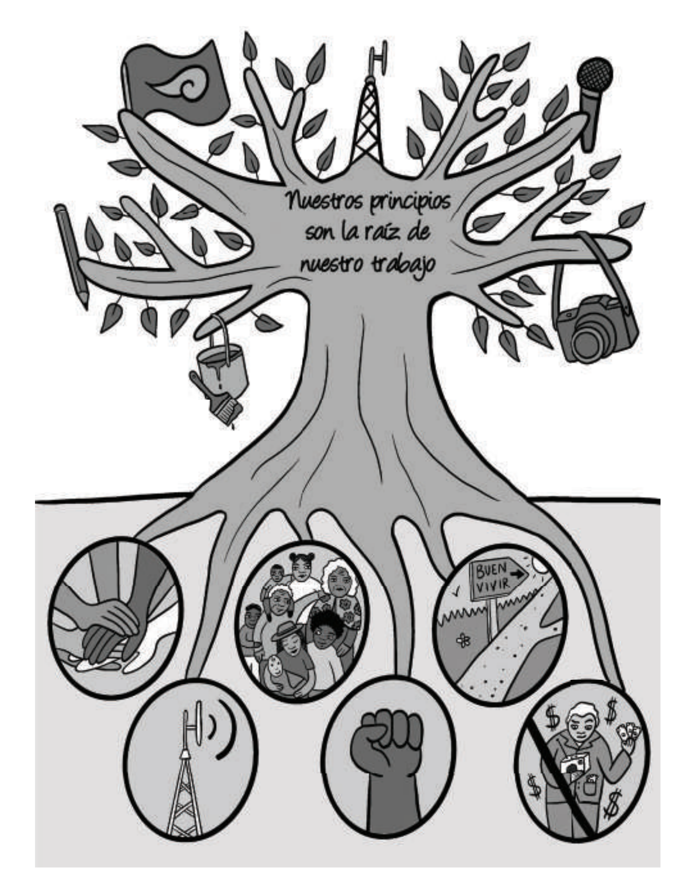
La radio comunitaria se basa en el trabajo voluntario o un servicio a la comunidad de muchas personas. Por lo tanto la radio comunitaria y su comunidad tiene el difícil reto de encontrar la manera de sostenerse, pagando sus servicios, su espacio, los equipos y los diversos gastos que se le presenten.

6. Usar la comunicación para transformar la realidad

Al contrario que los medios comerciales, en donde sólo somos espectadores y consumidores, los medios comunitarios y populares fortalecen la participación activa del público. Desde sus inicios los medios comunitarios han sido una herramienta para promover la reflexión y el análisis de la realidad con el fin de lograr un cambio positivo de las situaciones en las cuales viven las comunidades o barrios en donde las radios transmiten.



Los medios comunitarios no evangelizan en torno a una sola ideología o creencia, en cambio dedican más tiempo a la construcción de diálogos y la participación de la población. Los medios comunitarios por sí solos no pueden resolver problemas o conflictos dentro de una comunidad o una sociedad, pero sí pueden ser un factor importante para fortalecer el tejido social, la organización, la prevención y resolución de conflictos en las comunidades.



Alianzas y redes de radios comunitarias

Aunque no tengamos la misma infraestructura que los medios comerciales eso no quiere decir que no haya mecanismos para fortalecer el contenido de nuestras radios y alcanzar una gran audiencia. El reto que tenemos es ir construyendo alianzas estratégicas, federaciones y redes con otras radios y organizaciones.

Por un lado estas alianzas respaldan nuestro trabajo en el caso de alguna represión, hostigamiento o ataque; por otro, nos posibilitan el intercambio de materiales e información entre proyectos de comunicación para una mayor circulación de noticias y para alimentar nuestra programación mutuamente. Así tampoco nos limitaremos a una cobertura local; sino que, a través de este trabajo de "hormiguita", iremos ampliando nuestro alcance e impacto.

Y ¿Cómo construir redes?

Como decíamos antes, Internet es una herramienta muy poderosa. Aunque los mismos capitalistas, empresarios y oligarcas lo han aprovechado para extender su dominio sobre nuestras comunidades y recursos, esto no quiere decir que sea sólo de ellxs. Nosotrxs también tenemos la posibilidad de aprovechar esta herramienta que nos facilita bastante la construcción y fortalecimiento de estas redes y alianzas.

A través de correos electrónicos, listas de difusión, páginas web, bancos de audio y otros espacios informativos podemos intercambiar información, denuncias, producciones y noticias con otras radios en nuestro país y región.

La construcción de estas redes es un proceso largo, pero es fundamental para nuestras luchas asegurar que las radios y proyectos de comunicación no queden aislados sino que trabajen en coordinación junto con otros.
Así vamos a seguir aprendiendo a aprovechar más esta herramienta tan poderosa para dar los pasos, lentos pero seguros y necesarios, para seguir construyendo estas redes y alianzas de comunicación propia, comunitaria y autónoma.

En la historia de las radios comunitarias las alianzas tienen una gran importancia para alcanzar objetivos en común y unir fuerzas para fortalecer las expresiones de la comunicación comunitaria. Con este objetivo nacieron varias redes nacionales e internacionales. Aquí queremos mencionar algunas:

Asociación Mundial de Radios Comunitarias - AMARC

En 1983 fue creada la Asociación Mundial de Radios Comunitarias y se constituyó como un espacio de encuentro y acción colectiva para debatir y delinear los horizontes del movimiento de medios comunitarios. AMARC es una red protagonizada por las radios, centros de producción y televisoras comunitarias que la integran. Una red para profundizar la concepción y el papel de las radios comunitarias como espacios de ejercicio de la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y el pluralismo. Para facilitar la cooperación y el intercambio. Para ampliar la participación ciudadana y la vida democrática de nuestras sociedades. Aunque en los últimos años la articulación a nivel mundial de AMARC ha perdido fuerza, todavía hay secciones a nivel regional que están activas.
https://www.amarcalc.org/

Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular - ALER

ALER fue creada en 1972 cuando 18 radios de la iglesia católica decidieron asociarse. La radio puramente educativa pronto cambió y la asociación se abrió a radios comunitarias en varios países de América Latina, cuyos objetivos coincidían con los de ALER en la búsqueda de construir sociedades más justas y dignas. ALER es una red de comunicación educativa popular que promueve la participación, la inclusión, la convivencia armónica con la naturaleza; acompaña a los pueblos en la conquista de derechos; trabaja por la democratización de la comunicación y participa en la construcción de procesos para el Buen Vivir. A principios de los años 90 las radios que conforman ALER se plantearon la necesidad de constituirse en redes radiofónicas con la finalidad de aumentar la incidencia en la sociedad y dar más poder a la voz de las mayorías del continente. Así, desde 1997, ALER tiene un servicio radiofónico de interconexión intercontinental cuyos soportes principales son el satélite y el Internet.
https://www.aler.org

Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas - FGER

FGER es una cadena radial cultural y educativa con gran experiencia y capacidad en gestión de proyectos de comunicación para el desarrollo, con presencia y cobertura nacional. Desde ahí aporta al buen vivir de la sociedad a través de una programación multilingüe y de calidad. Promueve espacios de opinión y participación ciudadana en temática social.Promueve el desarrollo humano integral, la interculturalidad y la participación ciudadana para la consolidación de la democracia, a través de una propuesta radiofónica

novedosa y de calidad. En alianza con otros actores se identifica con los sectores más vulnerables del país. Fundamenta su trabajo en la creatividad, la solidaridad, la justicia, la equidad y la espiritualidad cristiana y maya.
https://www.fger.org

Red Mesoamericana de radios comunitarias, indígenas, garífunas y feministas

La Red Mesoamericana es una red estratégica de alianzas orgánicas que reúne a varias radios comunitarias que nacen para fortalecer las luchas de las organizaciones sociales y los pueblos a las que pertenecen. Las organizaciones y radios miembros se definen como medios comunitarios que difunden, contribuyen y promueven la conciencia social y cultural, orientando y educando a nuestros pueblos, rompiendo el cerco mediático que mantiene a nuestros pueblos desinformados.

Principios:

- Las radios comunitarias miembros de la Red transmitimos las voces de los pueblos.
- Las radios comunitarias miembros de la Red son espacios abiertos a la participación de las comunidades.
- La Red es parte de los movimientos sociales y se solidariza con otras radios hermanas a nivel nacional e internacional.
- Somos una Red autónoma con independencia interna.
- Nuestra Red está abierta a otras radios comunitarias, colectivos y organizaciones con enfoque de comunicación comunitaria, que sean afines a nuestros principios.
- Denunciamos las violaciones de los derechos humanos, colectivos e integrales.
- La Red promueve la participación con equidad de género.

El objetivo general es fortalecer como red las distintas expresiones y alternativas de comunicación popular y medios comunitarios que difunden, contribuyen y promueven la conciencia sociocultural. Se busca romper el cerco mediático que mantiene a nuestros pueblos desinformados y marginados frente a los intereses de los poderosos.
https://www.radioscomunitarias.info

NOAM CHOMSKY: LAS DIEZ ESTRATEGIAS DE MANIPULACIÓN MEDIÁTICA

La lista de Chomsky explica las 10 maneras de manipular a las masas

El texto esta publicado en https://kaosenlared.net/noam-chomsky-las-10-estrategias-manipulacion-mediatica/

El lingüista Noam Chomsky elaboró la lista de las "10 Estrategias de Manipulación mediática" a través de los medios de comunicación de masas.A continuación veremos en que consisten las 10 estrategias de manera detallada, como influyen a la hora de manipular las masas y en que se basan realmente.

1. La estrategia de la distracción. El elemento primordial del control social es la estrategia de la distracción que consiste en desviar la atención del público de los problemas importantes y de los cambios decididos por las elites políticas y económicas, mediante la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones insignificantes. La estrategia de la distracción es igualmente indispensable para impedir al público interesarse por los conocimientos esenciales, en el área de la ciencia, la economía, la psicología, la neurobiología y la cibernética. "Mantener la atención del público distraída, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivada por temas sin importancia real. Mantener al público ocupado, ocupado, ocupado, sin ningún tiempo para pensar; de vuelta a granja como los otros animales (cita del texto Armas silenciosas para guerras tranquilas)".

2. Crear problemas y después ofrecer soluciones. Este método también es llamado "problema-reacción-solución". Se crea un problema, una "situación" prevista para causar cierta reacción en el público, a fin de que éste sea el mandante de las medidas que se desea hacer aceptar. Por ejemplo: dejar que se desenvuelva o se intensifique la violencia urbana, u organizar atentados sangrientos, a fin de que el público sea el demandante de leyes de seguridad y políticas en perjuicio de la libertad. O también: crear una crisis económica para hacer aceptar como un mal necesario el retroceso de los derechos sociales y el desmantelamiento de los servicios públicos.



3. La estrategia de la gradualidad. Para hacer que se acepte una medida inaceptable, basta aplicarla gradualmente, a cuentagotas, por años consecutivos. Es de esa manera que condiciones socioeconómicas radicalmente nuevas (neoliberalismo) fueron impuestas durante las décadas de 1980 y 1990: Estado mínimo, privatizaciones, precariedad, flexibilidad, desempleo en masa, salarios que ya no aseguran ingresos decentes, tantos cambios que hubieran provocado una revolución si hubiesen sido aplicadas de una sola vez.

4. La estrategia de diferir. Otra manera de hacer aceptar una decisión impopular es la de presentarla como "dolorosa y necesaria", obteniendo la aceptación pública, en el momento, para una aplicación futura. Es más fácil aceptar un sacrificio futuro que un sacrificio inmediato. Primero, porque el esfuerzo no es empleado inmediatamente. Luego, porque el público, la masa, tiene siempre la tendencia a esperar ingenuamente que "todo irá mejorar mañana" y que el sacrificio exigido podrá ser evitado. Esto da más tiempo al público para acostumbrarse a la idea del cambio y de aceptarla con resignación cuando llegue el momento.

5. Dirigirse al público como criaturas de poca edad. La mayoría de la publicidad dirigida al gran público utiliza discurso, argumentos, personajes y entonación particularmente infantiles, muchas veces próximos a la debilidad, como si el espectador fuese una criatura de poca edad o un deficiente mental. Cuanto más se intente buscar engañar al espectador, más se tiende a adoptar un tono infantilizante. ¿Por qué? "Si uno se dirige a una persona como si ella tuviese la edad de 12 años o menos, entonces, en razón de la sugestionabilidad, ella tenderá, con cierta probabilidad, a una respuesta o reacción también desprovista de un sentido crítico como la de una persona de 12 años o menos de edad (ver "Armas silenciosas para guerras tranquilas")".

6. Utilizar el aspecto emocional mucho más que la reflexión. Hacer uso del aspecto emocional es una técnica clásica para causar un corto circuito en el análisis racional, y finalmente al sentido critico de los individuos. Por otra parte, la utilización del registro emocional permite abrir la puerta de acceso al inconsciente para implantar o injertar ideas, deseos, miedos y temores, compulsiones, o inducir comportamientos…

7. Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad. Hacer que el público sea incapaz de comprender las tecnologías y los métodos utilizados para su control y su esclavitud. "La calidad de la educación dada a las clases sociales inferiores debe ser la más pobre y mediocre posible, de forma que la distancia de la ignorancia que planea entre las clases inferiores y las clases sociales superiores sea y permanezca imposibles de alcanzar para las clases inferiores (ver 'Armas silenciosas para guerras tranquilas)".

8. Estimular al público a ser complaciente con la mediocridad. Promover al público a creer que es moda el hecho de ser estúpido, vulgar e inculto…

9. Reforzar la auto-culpabilidad. Hacer creer al individuo que es solamente él el culpable por su propia desgracia, por causa de la insuficiencia de su inteligencia, de sus capacidades, o de sus esfuerzos. Así, en lugar de rebelarse contra el sistema económico, el individuo se autodesvalida y se culpa, lo que genera un estado depresivo, uno de cuyos efectos es la inhibición de su acción. Y, sin acción, no hay revolución!

10. Conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen. En el transcurso de los últimos 50 años, los avances acelerados de la ciencia han generado una creciente brecha entre los conocimientos del público y aquellos poseídas y utilizados por las elites dominantes. Gracias a la biología, la neurobiología y la psicología aplicada, el "sistema" ha disfrutado de un conocimiento avanzado del ser humano, tanto de forma física como psicológicamente. El sistema ha conseguido conocer mejor al individuo común de lo que él se conoce a sí mismo. Esto significa que, en la mayoría de los casos, el sistema ejerce un control mayor y un gran poder sobre los individuos, mayor que el de los individuos sobre sí mismos.

MIS REFLEXIONES SOBRE LA LECTURA SON:



2



LEGALIDAD Y LEGITIMIDAD

2

LEGALIDAD Y LEGITIMIDAD

En el libro **Sembrando Voces 1** hemos visto que la comunicación es fundamental para nuestro desarrollo como personas. Es una herramienta básica para alcanzar nuestros objetivos y metas en otras áreas como la economía, la política, la sociedad o la cultura. La comunicación es un derecho humano que nos permite ejercer todos los demás derechos.
Ya sabemos que comunicar es un conjunto de derechos:

1. Acceso a la información



2. La investigación



3. La expresión



4. La difusión



Además hemos conocido los convenios internacionales y leyes que nos respaldan como medios y comunicadorxs comunitarixs. Es importante conocer nuestros derechos para poder ejercerlos y defenderlos. No hay que olvidar que también debemos reflexionar sobre la legalidad y la legitimidad ya que las leyes no siempre defienden nuestros derechos; y en ocasiones suelen servir para reprimir una lucha legitima.

En las siguientes páginas vamos a reflexionar más de cerca sobre algunos elementos que tienen que ver con nuestros medios comunitarios: el espectro radioeléctrico, la información y el conocimiento, el software libre o el Internet. Vamos a ver qué son estos elementos, cómo nos relacionamos con ellos y las luchas que existen en su defensa como los bienes comunes que son.

LA COMUNICACIÓN Y LOS BIENES COMUNES

Los **bienes comunes**, también llamados bienes comunales o procomún, son aquellos bienes que pueden ser administrados o gestionados por un grupo de personas, una comunidad o un estado pero que no son propiedad exclusiva de alguien en particular. Entre ellos se encuentran los bienes naturales, como las semillas, el aire o el agua. Los bienes comunes son un sistema de organización social en el que se reproduce la vida de personas o comunidades quienes gestionan, cultivan y cuidan de manera participativa estos bienes. Por ejemplo, las tierras comunales son de toda una comunidad y sobre su uso se decide en asambleas. Además de los bienes comunes naturales existen los bienes comunes inmateriales o intangibles como el conocimiento libre, las tradiciones, la sabiduría ancestral, el software libre o la cultura.

Reflexionemos: "Los bienes comunes naturales no son recursos naturales, ya que al referirse a ellos así, es la primera forma de apropiación desde el lenguaje. Implica una relación normalizada de dominación del ser humano sobre la naturaleza."
Sursiendo. *Bienes comunes naturales.*

Desde los medios comunitarios a menudo acompañamos las luchas de las comunidades en el cuidado, la defensa y la recuperación de los bienes comunes naturales. Existen también procomunes que tienen un vinculo más estrecho con la comunicación comunitaria porque los usamos con frecuencia y hacen posible nuestro trabajo:

- **El espectro radioeléctrico**
- **La información y el conocimiento**
- **El software libre**
- **Internet**

Los usamos cada día pero poco hemos reflexionado sobre nuestra relación con ellos, las formas en que están gestionados y su importancia en nuestra vida. Al igual que nuestros ríos y bosques se encuentran bajo un constante ataque por empresas privadas que quieren adueñarse de ellos, incluso algunos ya están privatizados. Por ello es importante conocerlos, recuperarlos, cuidarlos y defenderlos.

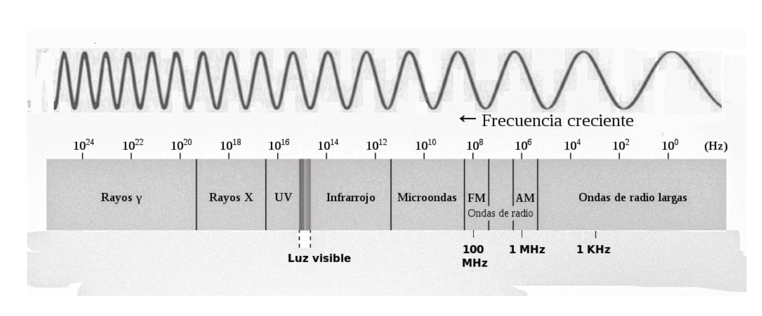
2

EL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO

Ya hemos escuchado la palabra espectro radioeléctrico o radioespectro y sabemos que es el medio por el cual viajan las ondas de la radio en FM y de otras tecnologías de telecomunicación como la televisión, Internet o la telefonía móvil. Además de la importancia para el funcionamiento técnico de nuestras radios, es importante darle una mirada desde la legalidad y legitimidad. El espectro radioeléctrico es parte de nuestro territorio en disputa. Su uso está reglamentado por convenios internacionales, leyes y normas nacionales. En muchos países las leyes nacionales suelen ser la raíz de la concentración de los medios masivos y obstaculizan los derecho a la comunicación de una gran parte de la población.

¿Qué es el espectro radioeléctrico?

El **espectro electromagnético** está compuesto de ondas electromagnéticas de diferentes frecuencias que viajan por aire. No las podemos ver pero nos rodean constantemente y en la naturaleza existen muchas de ellas. Estas ondas son una combinación de campos eléctricos y magnéticos que se propagan a través del espacio, transportando energía de un lugar a otro. Para imaginar como viajan las ondas electromagnéticas por el aire podemos usar como ejemplo una piedra que tiramos al agua que generará ondas que se expanden en todas direcciones, cada vez que se alejan se hacen mas grandes al tiempo que se debilitan y difuminan. Dentro de este espectro se encuentran las ondas electromagnéticas naturales como la luz solar, los colores del arcoíris o los sonidos que escuchamos.



Las ondas que creamos artificialmente con transmisores y que permiten las comunicaciones por ondas de radiofrecuencia se encuentran en el **espectro radioeléctrico** y forman sólo una pequeña parte del espectro electromagnético. Este rango de frecuencias va desde los 3 Hz a los 300 GHz y no sólo abarca la radio en FM o AM, sino también son utilizadas para comunicaciones de navegación aérea y marítima; comunicaciones móviles que usan ambulancias, la policía o taxis; la televisión, la telefonía celular, el sistema radar y satélites de comunicaciones.

Normativas y reglamentos internacionales

Como ya hemos visto, hay una gran cantidad de comunicaciones que ocupan el espectro radioeléctrico. Las ondas tienen diferentes características, dependiendo de su frecuencia. Las ondas con frecuencias más bajas abarcan mayor distancia, por ejemplo las frecuencias muy bajas (3 kHz a 30 kHz) y las bajas (30 kHz a 300 kHz) se usan para comunicación militar y cobertura global como la navegación aérea y marítima. Estas ondas no se quedan en un sólo país, no reconocen fronteras; por ello es importante que exista una regulación y acuerdos internacionales sobre el uso de las frecuencias. Imaginen que problemas se podrían causar si su estación de radio transmitiera en una frecuencia que usan los aviones para comunicarse con los aeropuertos o que intervinieran en las comunicaciones de las ambulancias.

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) es el organismo especializado de las Naciones Unidas para las tecnologías de la información y la comunicación. Fue fundada para facilitar la conectividad internacional de las redes de comunicaciones; asignar en el plano mundial el espectro de frecuencias radioeléctricas y las orbitas de satélites. También se encarga de elaborar normas técnicas que garantizan la interconexión armoniosa de redes y tecnologías.

¿De quién es el espectro radioeléctrico?

El **espectro radioeléctrico** es un patrimonio común de la humanidad y está sujeto a la administración de los Estados. Cada Estado tiene sus propias leyes y entes que se adecuarán a las normas internacionales para regular el uso del espectro radioeléctrico. Un Estado o gobierno no puede ser el propietario del espectro radioeléctrico, sólo tiene la tarea de asignar las frecuencias y vigilar que se respeten las normas internacionales sobre su uso. De igual forma, no pueden ser propietarios un grupo de personas o una particular, sólo tienen el derecho a través de una concesión o licencia otorgada por el Estado para usarla.

"Los Estados tienen derecho soberano a reglamentar sus telecomunicaciones. Pero este derecho se completa con la obligación de garantizar el acceso equitativo de todos los sectores sociales a las frecuencias de radio y televisión. De esta manera, se promueve la mayor libertad de expresión, la diversidad cultural y el más amplio pluralismo informativo".
Radialistas.net. *Públicos, privados y comunitarios.*

Leyes y marcos jurídicos nacionales

Como ya hemos visto cada país tiene sus propias leyes, reglamentos e instituciones para administrar el uso del espectro radioeléctrico. Las instituciones responsables de asignar permisos para el uso de las frecuencias son:

En Honduras es la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL).

En Guatemala es la Superintendencia de Telecomunicaciones (SIT).

En México es el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL).

Aunque los países de América Latina han ratificado los convenios internacionales sobre derechos humanos y la libertad de expresión, las leyes y normas nacionales de algunos países no garantizan el acceso igualitario al uso de las frecuencias de radio o televisión. El uso del espectro radioeléctrico se ve como una actividad puramente mercantil y bajo las normas de competencia del mercado; no tanto como un derecho humano. Prueba de ello es que la entrega de concesiones responde a intereses económicos como la subasta al mejor postor o la libre venta de las mismas. En ese mismo sentido, suele haber exigencias de trámites y exigencias hacia las radios comunitarias que estas no pueden cumplir. ¡Quién tiene más capacidad económica tiene mejores condiciones para obtener concesiones!



Muchas leyes y reglamentos facilitan la concentración de los medios de comunicación contradiciendo tratados y recomendaciones internacionales, por ejemplo:

"Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos. En ningún caso esas leyes deben ser exclusivas para los medios de comunicación. Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos".

Principio 12, *Declaración de principios sobre libertad de expresión aprobada por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.*

Los marcos jurídicos de muchos países de América Latina no reconocen a las radios comunitarias, para ellos sólo existen dos formas de medios: los privados y los públicos. En los últimos años —gracias a la presión, el trabajo y lucha de muchas organizaciones y medios comunitarios— en países como México y Honduras se reconoce la figura de las radios comunitarias. Sin embargo, dentro de los reglamentos, siguen existiendo obstáculos para la asignación de frecuencias a estas radios. El reconocimiento no significa la democratización del espectro radioeléctrico. Para una verdadera democratización se debería reservar un tercio de las frecuencias para cada uno de los sectores (privado, público o comunitario) en cada localidad, como es el caso en Bolivia y Ecuador.

Analizar las leyes de cada país es demasiado para este apartado pero creemos que es importante entender los principios y contradicciones que están atrás del otorgamiento de las concesiones. Para mayor información recomendamos el libro: *Poder y medios en Centroamérica* de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y la Fundación Comunicándonos.

2





Los tres sectores de los medios de comunicación

Como vimos en el libro **Sembrando Voces 1** los medios de comunicación en los países de Centroamérica están concentrados en las manos de unas pocas personas. Estos son los **medios comerciales o privados**, empresas privadas con una finalidad privada o comercial. Lxs empresarixs, políticxs o religiosxs usan estos medios para sus intereses personales y a la información la ven como una mercancía y no como un derecho humano.

Otro sector son los **medios públicos**, no tienen fines de lucro y son instituciones públicas, es decir, deberían pertenecer a todxs. "Público" no significa estatal ni mucho menos gubernamental, aunque en muchos países esta característica no se respeta. Y así vemos que estos medios hacen propaganda del gobierno sin ofrecer contenidos plurales y diversos que reflejen a la sociedad a la que pertenecen y los sostiene a través de sus impuestos.

Las radios comunitarias, libres y populares pertenecen a un tercer sector, el de los **medios comunitarios**. Estos tienen una finalidad social y no buscan lucrar. La comunidad es quien los administra, programa, evalúa y participa. Otra característica de estos medios es que orientan su trabajo a la participación y el bien de la comunidad. Pertenecen a movimientos sociales, indígenas y/o afrodescendientes; comunidades, barrios y otros grupos organizados.

La normativa juridica Guatemalteca no reconoce a las radios comunitarias, en ese sentido no hay una licencia para poder tener una frecuencia, la ley solo conoce una categoría de radios y son las radios comerciales. Y todas esta licencia se obtienen mediante una subasta, es decir el que tiene poder económica tiene el acceso a una licencia para poder operar una radio o a una señal de televisión.

Walter Emilio Cúc. Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas. -FGER. Entrevista con COMPPA.

El espectro radioeléctrico como bien común y parte de nuestro territorio

¿Por qué nadie puede ser dueñx del espectro radioeléctrico? Imagínense que alguien dijera que es dueñx del arcoíris o de los colores que también son ondas electromagnéticas. El espectro radioeléctrico se encuentra en el aire igual como el oxigeno ¿alguien puede ser dueñx del oxigeno que respiramos?

El aire y el espectro radioeléctrico forma parte de nuestro territorio así como los bosques o ríos. Los tratados internacionales como el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) o la Declaración de las Organizaciones de las Naciones Unidas (ONU) sobre los Derechos de los pueblos indígenas establecen el derecho a la consulta previa, libre e informada de los pueblos indígenas y afrodescendientes con respecto al uso de sus territorios y los recursos que ellos contienen.

La comunicadora social Amalia Jimenez Gallan menciona las sentencias de la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) en situaciones donde los bienes se encuentran en territorios indígenas:

> "La sentencia de los casos Yakye Axa y Saramaka establece muy claramente: 'Mientras no se realice esta delimitación, demarcación y titulación, el Estado debe abstenerse de realizar actos que pueden llevar a que los agentes del propio estado o terceros que actúen con su aquiescencia o su tolerancia, afecten la existencia, el valor, el uso o el goce de los bienes ubicados en la zona geográfica donde habitan y realicen sus actividades los miembros de las comunidades indígenas, a menos que el estado obtenga el consentimiento previo, libre e informado de dicho pueblo'.
>
> En el caso de las frecuencias de radio y televisión, esto es exactamente lo que esta haciendo el poder legislativo guatemalteco: afectar la existencia, el valor, el uso y el goce de los bienes que son las frecuencias radioeléctricas y que forman parte del espacio aéreo de la territorialidad indígena".

¡OJO! No queremos decir que se debería de impedir la transmisión de los medios de comunicación comercial en nuestros territorios pero creemos que es importante reflexionar y debatir sobre una contradicción que se da de manera cotidiana. Por qué será que a las radios comunitarias que nacemos desde las comunidades nos llaman piratas y no nos dan permiso para usar el espectro radioeléctrico parte de nuestro territorio; mientras que los medios comerciales que ocupan y acaparan el espectro radioeléctrico sin ninguna consulta o permiso de nuestra comunidad se les permite transmitir libremente.



LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO

La comunicación comercial no sólo transforma el espectro radioeléctrico en mercancía, también la información y el conocimiento se convierten en propiedad privada y producto comercial. Esta lógica impone el sistema capitalista con su afán de convertir todo en dinero. No sólo las empresas piensan así, a veces nosotrxs también usamos el conocimiento que tenemos para obtener ventajas y beneficios individuales.

El conocimiento es información que ya tenemos y que hemos adquirido a través de experiencias, aprendizajes y la comprensión en la teoría o en la práctica. Aunque el conocimiento puede generarse de manera individual, suele nacer dentro de un contexto social; se construye y crece a través de su libre transmisión y distribución.

La mayoría de lo que conocemos es porque alguien lo ha compartido con nosotrxs. En el conocimiento que tenemos están involucradas muchas personas que han aportado sus ideas, pensamientos, sentires y aprendizajes desde los principios de la humanidad. Por ejemplo los pueblos de Mesoamérica han perfeccionado a lo largo de su historia el sistema de la milpa, este conocimiento se ha transmitido de generación en generación, se ha modificado y perfeccionado con el pasar de los años. Cuanto más se comparte un conocimiento, más crece. Sin intercambio y colaboración el conocimiento se pierde. Pensemos en un grupo de diez personas que comparten sus ideas y experiencias, al intercambiarse tendrán más conocimientos y reflexiones que las que pueda tener una sola persona.

Hasta hace poco el conocimiento no tenía dueñxs, no existía la idea de que el conocimiento se podría vender. Esta idea era inimaginable. En los últimos años algunas empresas se han apropiado y extraído el conocimiento de las comunidades. Tan sólo pensemos en las grandes farmacéuticas que roban la sabiduría ancestral de la medicina tradicional y patentan los conocimientos, ciertos procesos o las mismas plantas.

El conocimiento es un bien común y un patrimonio colectivo de la humanidad; restringir su acceso va en contra del flujo que ha sucedido por siglos. Imaginen el siguiente escenario: ¿Qué pasaría si alguien en algún momento de la historia hubiera dicho que todos los conocimientos sobre sembrar milpa eran suyos y que quiénes quisieran usarlos deberían pagarle?



Con la aparición de las patentes o los derechos de autor el conocimiento se ha vuelto propiedad privada (propiedad intelectual) y se debe pagar por su uso. En ocasiones se suele pensar que al dedicar mucho tiempo y esfuerzo por adquirir un aprendizaje no se debe compartir y sólo debe ser para unx. Pensemos en el uso de un programa para editar audio, sabemos que este conocimiento pudo haber costado mucho trabajo adquirirlo pero unx no lo aprendió solitx; seguro algunx compañerx nos compartió un manual, un taller o una charla sobre el manejo de dicho programa. A su vez esx compañerx también aprendió de otrx compañerx y así se formó una cadena de conocimiento. Esto no quiere decir que no respetemos el trabajo de investigación que alguien ha hecho, pero la venta o el uso de conocimiento para sacar beneficios individuales es contrario a uno de nuestros objetivos como medios comunitarios: dar a conocer la información y que sea accesible para todxs.



Copyright, Copyleft y Creative Commons

Copyright

Copyright (C): Es la forma más restrictiva donde todos los derechos son del propietario de la obra (Todos los derechos reservados). Dicha obra no puede ser utilizada ni modificada bajo ningún concepto sin autorización del propietario. Es la licencia más común que usan las empresas para comercializar productos y evitar que otrxs lo copien. Suelen tener un valor determinado en el tiempo según el tipo de obra. Cuando dicho tiempo haya pasado, los derechos pasan a ser de dominio público. Es importante saber dos cosas:

- El registro de una obra no es obligatorio ya que con la simple creación de la misma los derechos quedan ligados.
- Si en una obra no hay ningún aviso legal (o ni siquiera el símbolo ©) se considera que la obra tiene Copyright.



Copyleft: Este grupo de licencias -creadas en el ámbito informático a principios de la década de los años ochenta- garantizan el derecho de cualquier usuarix a utilizar, modificar y redistribuir una obra y sus derivados siempre que se mantengan estas mismas condiciones de utilización y difusión. Las obras pueden ser tanto un programa informático como una obra de arte, cultura, ciencia, etcétera.



Creative Commons: Estas licencias permiten a los autores poder decidir la manera en la que su obra va a circular, es decir, los autores pueden ceder a otras personas algunos derechos (con condiciones) y mantener otros. Estas licencias son gratuitas (solamente debes ser autor y titular para poder licenciar una obra) y, al igual que el copyright, el registro no es obligatorio. ¡Importante! que una obra tenga CC no significa que no tenga **derechos del autor.**

EL SOFTWARE LIBRE

Cuando hablamos de *software* nos referimos a los programas informáticos que usa una computadora para realizar tareas. Estos programas son como una lista de instrucciones que alguien escribió. Windows o Ubuntu son nombres que probablemente ya hemos escuchado, estos, son sistemas operativos que usa una computadora para que puedan funcionar otros programas. Un sistema operativo lo podemos imaginar como un cuarto de cocina. A su vez existen un sinfin de programas más pequeños que cumplen con funciones específicas, estos programas son como los aparatos y herramientas que usamos dentro de la cocina, como la estufa, el comal o la licuadora y que sirven para una tarea especifica (escribir un texto, editar un audio o reproducir música, por ejemplo).

Al igual que la tierra, el *software* es un bien que puede estar en manos privadas o ser parte de una comunidad. Las grandes compañías tecnológicas como Apple o Microsoft venden programas que sólo ellas y sus programadores controlan, no se pueden copiar o usar sin su permiso. Este *software* y su desarrollo está en manos privadas y la llamamos *software* **privativo**.

> "Cuando compramos un programa informático (o nos copiamos uno y lo usamos sin haber pagado), la empresa sólo nos entrega el programa que viene a ser como un plato de comida ya preparado, pero no nos entrega la lista de ingredientes ni la receta y no podemos ver cómo se "preparó" ese programa".
>
> Milpa digital #12. *El software libre.*

El programador estadounidense Richard Stallman elaboró en 1983 las cuatro libertades del software libre. Estas cuatro libertades aseguran que un programa informático es libre cuando existe:

-La libertad de instalar y usar el programa cómo y dónde queramos.
-La libertad de tener acceso al código fuente, estudiar cómo funciona el programa y cambiarlo para que haga lo que queramos.
-La libertad de redistribuir copias para ayudar a otrxs.
-La libertad de modificar el programa y distribuir copias de estas versiones modificadas.

2

A su vez surgió el proyecto GNU/Linux para desarrollar un sistema operativo completo que se puede instalar de manera gratuita en cualquier computadora y que se mantiene y desarrolla a través del trabajo colaborativo de sus usuarixs. La declaración de las cuatro libertades potenció un movimiento social que actualmente se conoce como software libre y que defiende estas libertades. La posibilidad de usar computadoras con software o programas libres facilita el acceso a los conocimientos y reduce la llamada brecha tecnológica. Hoy en día existen un sin fin de programas libres, entre otros para escribir y difundir textos; para editar fotografías, audio y vídeo o para transmitir audio por Internet. Estos programas no son propiedad privada, tienen derechos comunes y colectivos y son compartidos de manera gratuita.



¿DE QUIÉN ES INTERNET?

Hoy en día el manejo de dispositivos digitales como teléfonos, computadoras o la conexión a Internet es parte cotidiana de nuestras actividades, nos facilitan la elaboración y publicación de contenidos, al igual que la difusión de información de manera inmediata. Internet nos permite acceder de manera rápida a canciones y producciones radiofónicas, encontrar noticias de otros medios de comunicación e interactuar a través de chats y redes sociales.



En el primer libro de **Sembrando Voces 1** hemos visto que Internet es una "red de redes" que enlaza computadoras en todo el mundo. Si vemos Internet de esta manera, como una infraestructura y un conjunto de páginas web y aplicaciones, no podemos decir que es un bien común, porque esta infraestructura está gestionada y controlada por empresas y gobiernos. Internet es una red de conexiones, como carreteras de datos que se cruzan y conectan en ciertos puntos. Los nodos de conexión clave por los cuales pasa la mayoría del trafico de datos son los servidores raíces de internet.

"Según la Comisión Económica para Latinoamérica y el Caribe (Cepal), nuestra región es la más dependiente de los EE.UU. en términos del tráfico de Internet. El 80% de la información electrónica de la región pasa por algún nodo administrado directa o indirectamente por Estados Unidos, fundamentalmente por el llamado "NAP de las Américas", en Miami -el doble que Asia y cuatro veces el porcentaje de Europa-, y se calcula que entre un 70 y 80% de los datos que intercambian internamente los países latinoamericanos y caribeños también van a ciudades estadounidenses; donde se ubican 10 de los 13 servidores raíces que conforman el código maestro de Internet".

Elizalde, Rosa Miriam. *Colonialismo 2.0 en América Latina y el Caribe: ¿Qué hacer?*

2

Pero Internet es mucho más que una infraestructura. Es un territorio donde se cree e interactúa en comunidad y son sus habitantes que hacen de Internet lo que es:

"Sin embargo, lo que construye Internet no es únicamente su materialidad, sino sus habitantes. Pensar internet como un bien común significa que es producto de una comunidad que genera valor gracias a sus interacciones, a su capacidad de creación colectiva y a los lazos afectivos que teje: algo que construimos entre todas y de lo que nadie puede apropiarse. Por esta razón, hoy que Internet se encuentra amenazada por el control de las corporaciones y los Estados, debemos defender nuestro derecho a una red descentralizada, libre, abierta y neutral a la que todo ser humano tenga acceso, sin restricciones. Debemos defender Internet como un espacio para ejercer nuestras libertades. Internet no debe ser el espacio para el control de los individuos y del territorio, como ocurre en la actualidad. No es posible hablar de democracia si Internet no es libre."
Sursiendo. "Entrevista a Paola Ricaurte" en *¿Es Internet un bien común?*



Derechos digitales

Como podemos ver, Internet es también un territorio en disputa. Hay empresas que se apoderaron de este territorio y lo explotan para su beneficio económico, al mismo tiempo que existen gobiernos y agencias de seguridad estatal que lo usan para aumentar el control o la vigilancia de su población.

Y nosotrxs ayudamos en esto. Cuando usamos los servicios y aplicaciones de estas empresas damos permisos para que usen nuestros datos. Aceptamos que accedan a la cámara de nuestros teléfonos, a las fotos privadas en nuestro celular o los datos de nuestra ubicación. Empresas como Google tienen una gran influencia sobre nosotrxs, ellos manejan los buscadores de internet, los programas de correo que utilizamos y las redes sociales que frecuentamos. Como usuarios estamos determinados por las reglas y políticas que han establecido las empresas dueñas de las aplicaciones que usamos. Y éstas recopilan los datos e información que compartimos para venderla a otras empresas. Además tienen el poder de cerrar nuestras cuentas en redes sociales o borrar contenidos si atentan contra sus intereses.

Pero ¿a poco esto no viola algunos de nuestros derechos, como el derecho a la libertad de expresión o la privacidad de nuestros datos personales? ¿Qué pasa con nuestros derechos humanos en Internet cuando Facebook o Google venden libremente nuestros datos? Para garantizar los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales en el entorno digital surgen los derechos digitales.



Los **derechos digitales** o **ciberderechos** son los derechos humanos que permiten a las personas acceder, usar, crear y publicar medios digitales así como acceder y utilizar computadoras, otros dispositivos electrónicos y redes de comunicaciones. Los derechos digitales están relacionados con otros derechos humanos como el derecho a la privacidad, la libertad de expresión o el acceso al conocimiento en el contexto de las nuevas tecnologías digitales, especialmente Internet.

2

Actualmente no existen convenios internacionales que definan y protejan los derechos digitales o que orienten a los estados para tomar medidas ante este contexto. No existe una lista o definición de los derechos digitales, dependerá a quién preguntemos y cuáles sean los intereses detrás de su formulación concreta. Aquí mencionamos algunos que nos parecen importantes:

- Derecho a la libre expresión y comunicación.
- Derecho a la privacidad en línea.
- Derecho al acceso universal e igualitario al ciberespacio (Internet) sin discriminación de ningún tipo.
- Derecho a asociarse en comunidades en línea (conocidas también como comunidades virtuales)
- La administración de la red debe ser abierta e inclusiva.
- La Red debe reflejar la diversidad humana y no homogenizarla

Como no hay acuerdos internacionales sobre los derechos digitales, su definición y protección en las leyes nacionales dependerá de los gobiernos nacionales el actuar para proteger nuestros datos. Hay gobiernos que protegen los derechos digitales de sus ciudadanxs, los cuales ponen límites y reglas a las empresas. De igual forma, existen gobiernos que favorecen a los intereses comerciales, la cooperación con militares o servicios secretos. Ante la falta de estándares internacionales aumenta el control y la vigilancia en Internet.

Otra amenaza de los derechos digitales son los tratados de libre comercio que se dan entre varios países, en estos tratados muchas veces hay negociaciones escondidas y clausulas que afectan nuestros derechos digitales sin nuestro consentimiento.

Por su parte, las comunidades en Internet, las organizaciones e instancias defensoras de los derechos digitales y de la libertad de expresión defienden el acceso libre y sin restricciones a Internet y a la información como a su uso como un bien común. Las luchas y batallas en la defensa de las libertades y derechos humanos en Internet han logrado muchas victorias jurídicas frente a los abusos de gobiernos y empresas. Sin embargo, hoy en día el poder que tienen las corporaciones sobre nuestros datos e informaciones es enorme y significa una gran vulnerabilidad.

Frente a esto algunas de las respuestas de los movimientos sociales son:

- La promoción y uso de herramientas y programas que proporcionen anonimato y mayor seguridad de nuestros datos.
- Programas y estrategias de comunicación y organización de las cuales lxs usuarixs tienen el control.
- Estrategias organizadas y demandas especificas como la neutralidad de la red, códigos y programas abiertas que pueden ser usados de manera universal y la concientización sobre los derechos como usuarixs de Internet.

Existen muchas plataformas, colectivos u organizaciones que crean y mantienen tecnologías e infraestructuras independientes, basándose en software libre, prácticas participativas e intercambio de saberes en comunidad. Algunas de estas formas colectivas son:

- Servidores autónomos o federados.
- Proyectos y páginas de organizaciones o movimientos alojadas en estos servidores.
- Desarrollo de programas para comunicarse de manera segura, libre y gratuita.
- Proyectos de instalación de Internet comunitario en áreas sin cobertura.
- Espacios presenciales y virtuales de formación colectiva.
- Organizaciones de protección y defensa de los derechos digitales.
- Colectivos de activistas hackers y comunicadorxs interesadxs en la democratización de Internet.

Estas colectividades, comunidades y proyectos que existen alrededor del mundo proporcionan herramientas y practicas que apuntan al uso popular y gratuito de programas y llaman a la reflexión acerca de la forma en la que pueden ser usadas. Defienden la privacidad de nuestros datos y a su vez nos llaman a buscar la soberanía tecnológica como parte de la lucha integral de los pueblos en su emancipación.

2

DEFENSA LEGAL DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS

Es importante tener claro que como comunicadorxs estamos defendiendo nuestros derechos humanos, en concreto el derecho a la información y la libertad de expresión. Esto nos hace también a nosotrxs defensores de derechos humanos. Nuestra labor está garantizada a través de muchos convenios internacionales y legislaciones nacionales, es importante conocer nuestros derechos. En el libro **Sembrando Voces 1** hemos visto los convenios y leyes que nos protegen.



Existen diferentes organizaciones no gubernamentales a nivel internacional y nacional que se dedican a la defensa de la libertad de expresión y la labor de periodistas y comunicadorxs comunitarixs. Estas organizaciones elaboran materiales de información, guías para mejorar la seguridad en nuestro trabajo, informes sobre la situación de la libertad de expresión en los diferentes países y pueden brindar acompañamiento o atención legal ante de situaciones de criminalización.

Algunas son:

UDEFEGUA en Guatemala: Organización que proporciona herramientas legales de defensa y asesoría a quienes luchan por los derechos humanos en el país e incluye un monitoreo constante de agresiones a periodistas y comunicadorxs comunitarios. Su sitio oficial es: https://udefegua.org/quienes-somos

C-Libre en Honduras: El Comité por la Libre Expresión es una coalición de periodistas y miembros de la sociedad civil constituida en Junio del 2001 para promover y defender la Libertad de Expresión y el Derecho a la Información en Honduras. http://www.clibrehonduras.com/

Artículo XIX: Una organización internacional que monitorea la situación de la libertad de expresión, agresiones a periodistas y da a conocer informes regulares para el área de México y Centroamérica. https://articulo19.org

Reporteros sin fronteras: Es una organización no gubernamental internacional de origen francés con sede permanente en París cuyo objetivo es defender la libertad de prensa en el mundo y, en concreto, a los periodistas perseguidos por su actividad profesional. https://rsf.org/es

¿De quién es el Espectro Radioeléctrico?

El espectro es un bien común que no puede ser de propiedad de un Estado y menos de un Gobierno, sino patrimonio común de la humanidad

Santiago García Gago en https://radioslibres.net/de-quien-es-el-espectro-radioelectrico/

El investigador argentino Damián Loreti, en su libro Derecho a la Información, dice literalmente: "Muy por el contrario, desde el tratado de Torremolinos, celebrado y firmado en el seno de la UIT, se declara al espectro radioeléctrico como patrimonio común de la humanidad y se lo somete a la administración de los estados".

Aunque explícitamente la Unión Internacional de Telecomunicaciones no lo relata así en dicho tratado, es lógico entender entre sus artículos que un bien como el espectro no puede ser de propiedad de un Estado y menos de un Gobierno, al igual que no lo puede ser, por ejemplo, el espacio aéreo. Sí es cierto que el Estado administra ambos recursos y los ordena, con base en tratados internacionales, pero no se adueña de ellos.

Este principio, está ya incluido en algunas leyes latinoamericanas como la Uruguaya, Ley No 18.232 / Servicio Radiodifusión Comunitaria:

Artículo 2o. (Derecho al uso equitativo de frecuencias radioeléctricas).- El espectro radioeléctrico es un patrimonio común de la humanidad sujeto a administración de los Estados y, por tanto, el acceso equitativo a las frecuencias de toda la sociedad uruguaya constituye un principio general de su administración.También la Ley Argentina de Servicios Audiovisuales, en el Artículo 7 no se habla de "propiedad", sino de administración de bien público.

ARTÍCULO 7 — Espectro radioeléctrico. La administración del espectro radioeléctrico, atento su carácter de bien público se efectuará en las condiciones fijadas por la presente ley y las normas y recomendaciones internacionales de la Unión Internacional de Telecomunicaciones u otros organismos pertinentes. Corresponde al Poder Ejecutivo nacional, a través de la autoridad de aplicación de la presente ley, la administración, asignación, control y cuanto concierna a la gestión de los segmentos del espectro radioeléctrico destinados al servicio de radiodifusión. Los servicios de radiodifusión están sujetos a la jurisdicción federal.

Y son aclaratorias las notas a pie de página sobre este artículo:

En este sentido, la Relatoría de Libertad de Expresión de la OEA, en su Informe Anual de 2002, pone de manifiesto que:

44. (…) hay un aspecto tecnológico que no debe ser dejado de lado: para un mejor uso de las ondas de radio y televisión del espectro radioeléctrico, la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), distribuye grupos de frecuencias a los países, para que se encarguen de su administración en su territorio, de forma que, entre otras cosas, se eviten las interferencias entre servicios de telecomunicaciones.

45. Por lo expresado, la Relatoría entiende que los Estados en su función de

administradores de las ondas del espectro radioeléctrico deben asignarlas de acuerdo con criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades a todos los individuos en el acceso a los mismos. Esto precisamente es lo que establece el Principio 12 de la Declaración de Principios de Libertad de Expresión.

Cabe insistir en que los asignatarios de frecuencias o los Estados no son dueños de este patrimonio. Los Estados sólo las administran y regulan buscando el bien común. Quizás Bolivia, en su Ley de Telecomunicaciones de 2011, es quien hace una definición más acertada a este respecto:

ARTÍCULO 3 (MARCO CONSTITUCIONAL)

I. El espectro electromagnético es un recurso natural, de carácter estratégico, limitado y de interés público, del cual es parte el espectro radioeléctrico, por lo que en todo momento el pueblo boliviano mantendrá la propiedad y el dominio sobre el mismo y el Estado lo administrará en su nivel central.

También, en la Constitución de la República del Ecuador, aprobada en el año 2008, son varios los artículos en los que se habla de dicha regulación, control y acceso al espectro:

Art. 16. 3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

Art 17 1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

En todos estos artículos queda estipulado que el acceso a este recurso estratégico finito ,como lo es el espectro radioeléctrico, será en igualdad de condiciones. La ley de comunicación de Ecuador aprobada en 2013 así se reguló, repartiendo el espectro en 33% para el sector público, otro 33% al privado y el restante 34% al comunitario.

En algunos países latinoamericanos ya se contempla una redistribución equitativa del espectro similar. Bolivia tiene los mismos porcentajes que Ecuador; en el caso de la ley Argentina se ponen límites al número de concesiones que se pueden adjudicar a un sólo concesionario y se reserva 33% de frecuencias para medios sin fines de lucro, lo mismo que sucede en Uruguay.

La Relatoría Especial sobre Libertad de Opinión y Expresión de Naciones Unidas ha manifestado en reiteradas ocasiones la necesidad de marcos regulatorios que permitan un acceso igualitario al espectro radioeléctrico.

Una justa ley de medios debería recoger dicha distribución equitativa. Es cierto que, el espectro, usado técnicamente de una forma analógica -como se hace ahora en la mayoría de América Latina- está saturado en muchas de zonas del país. Pero las frecuencias digitales abren la posibilidad real de democratizar el espectro lo que contribuiría a una positiva pluralidad y diversidad de medios en el dial televisivo y radial.

Si quieres saber más sobre este tema puedes leer la ponencia El espectro radioeléctrico: qué es, a quién pertenece, cómo se distribuye, expuesta en el Seminario Internacional "Democratización de las frecuencias de radio y televisión: desafíos de la digitalización", 2010 en CIESPAL, Quito, Ecuador.



3



GÉNERO Y COMUNICACIÓN

3

GÉNERO Y COMUNICACIÓN

En el libro **Sembrando Voces 1** hemos trabajado sobre algunos temas que nos han ayudado a reflexionar y analizar los roles que tenemos como hombres y mujeres y cómo estos han sido impuestos a lo largo de la historia. Hemos discutido acerca de cómo el sistema patriarcal impone valores y patrones de comportamiento que tienen como resultado una situación de dominación de los hombres hacia las mujeres. De igual forma, hemos visto cómo estos valores de opresión se promueven y refuerzan a través de los medios de comunicación.

Empezamos con un tema que tiene raíces muy profundas en la historia de las mujeres y que últimamente ha ganado más espacio en la agenda, tanto de los medios de comunicación comerciales como de los comunitarios. Estamos hablando del Feminismo.

Seguramente ya se han dado cuenta de que en COMPPA nos gusta empezar a tratar un tema dando una definición, para aclarar luego luego de qué vamos a hablar. Esta vez, sin embargo, se nos hace algo complejo debido a que no existe una sola definición de feminismo, sino una diversidad de maneras de ver y vivir el feminismo. Hablamos entonces más bien de feminismos, en plural.

Claro que si buscamos la palabra tal cual en el diccionario, o en Internet, encontraremos definiciones sencillas que pretenden resumir años de historia de las mujeres en pocas líneas. Algunas de ellas son definiciones sumarias que nos tratan a todas como si fuéramos una misma. No creemos que este tipo de definiciones sean incorrectas pero sí pensamos que están incompletas. Después de años de trabajar con mujeres muy distintas entre sí, todas tan dignas, valiosas y sabias; a nosotrxs se nos hace que lo único que podemos definir como "esencia del feminismo" es, de hecho, las mismas mujeres.

Otro tema que retomamos en este capítulo es eso que le dicen nuevas masculinidades, porque reflexionar sobre el género no es "una cosa de mujeres" sino que este trabajo lo tenemos que hacer también los compañeros hombres.

Después de estos apartados veremos qué es la violencia y los diferentes tipos que hay, un tema que nos parece importante ya que el comprender

qué es la violencia nos ayudará a no replicar discursos patriarcales. De igual forma, nos puede dar herramientas para reflexionar sobre cómo nos relacionamos en nuestros colectivos u organizaciones. En este mismo apartado les compartimos algunos consejos sobre cómo podemos realizar nuestro trabajo como comunicadorxs con perspectiva de género.

Por último, cerramos con algunas experiencias de compañeras comunicadoras para conocer los retos a los que se han enfrentado en su historia y quehacer en la comunicación comunitaria.

Muy lejos de querer explicar qué es el feminismo, con este capítulo esperamos más bien proporcionar algunos elementos para la reflexión comunitaria. Se trata entonces de una especie de pequeña caja de herramientas feminista para que en los espacios de comunicación comunitaria se abra un debate y se de entre mujeres pero también entre hombres y, posiblemente, en grupos mixtos. La finalidad es avanzar juntxs en el camino hacia una comunicación participativa, sensible, empática y respetuosa.



3

FEMINISMO... ¿O FEMINISMOS?

En los últimos años se ha usado con mayor frecuencia la palabra feminismo, pero ¿sabemos qué significa? Según la ONU-Mujeres: feminismo, es un movimiento que defiende la igualdad de derechos sociales, políticos, legales y económicos de la mujer respecto del hombre. El termino de feminismo se ha empleado desde el siglo XIX para referirse a las luchas realizadas por las mujeres, sin embargo previo a esta fecha ya habían mujeres que buscaban eliminar las opresiones que les afectaban.

En la lucha de las mujeres han existido varios momentos importantes y se les conoce como olas.

Olas	Periodo	Mujeres en la historia	Objetivos
1era	Mediados del siglo XVIII hasta mediados XIX	- Sojourner Truth - Josefa Lastiri -Juana Azurduy - Teresa Margarida da Silva e Orta - Sor Juana Inés de La Cruz	– Inician las reflexiones sobre la condición de las mujeres y las diferentes opresiones como la clase, raza y sexo. Estas opresiones y desigualdades justificaban el no voto por parte de las mujeres, no acceder a propiedades, educación, trabajo y la participación en la socidad, entre otros.
2da	Mediados XIX hasta los 50's del siglo XX	- Louise Michel - Rosa Luxemburgo - Flora Tristán - Florinda Lazos León -Laureana Wright de Kleinhans -Hermila Galindo	– Obtener el derecho al voto. – Obtener el derecho al aborto. - Obtener el derecho a la educación. – Mostrar la desigualdad en la sexualidad, familia, trabajo, en la política. - Organización colectiva de mujeres.
3ra	Década del 60's a la actualidad	- Arlen Siu - Lélia Gonzalez - Hermanas Mirabal - Carmen Soler -Tránsito Amaguaña Alba	– A partir de las reflexiones sobre las diferentes realidades de las mujeres se diversifican las respuestas del feminismo. - Problematizar acerca de los privilegios de hombres y mujeres. - Activismo digital. - Crítica al lenguaje. - Reflexiones sobre el género y disidencia sexual. - Reivindicación de la historia de las mujeres en América Latina.

Como vemos, a lo largo de la historia las luchas han ido cambiando respondiendo a la diversidad de cuerpos, historias, memorias, realidades y contextos de las mujeres que habitamos en el mundo. En las últimas décadas la palabra feminismo va con otra palabra, que es la que define la particularidad de las mujeres que lo están haciendo propio. Así por ejemplo el anarcofeminismo es el feminismo en el que se reconocen las mujeres anarquistas, o el ecofeminismo es el de las mujeres que enfocan su lucha a la relación entre feminismo y ecologismo.

Pero entonces... ¿Cuándo escuchemos hablar de feminismo blanco eso es el feminismo de las blancas?

Pues… sí y no. Tal vez al principio fue así, cuando en la primera ola del feminismo, en su gran mayoría eran mujeres europeas y estadounidenses, de tez clara y clase media, quienes empezaron a reclamar igualdad a los hombres. Estas mujeres estaban oprimidas, pero por su tono de piel y su condición social no vivían la violencia de la colonización o del racismo. Por eso se enfocaron mucho en obtener los mismos derechos que los hombres (como por ejemplo, el voto) sin tomar en cuenta que tampoco entre las mujeres tenemos los mismos derechos, sino que hay mujeres que cargan mucho más el peso del patriarcado pues se le suman otras opresiones como las económicas y sociales.

Cuando con el tiempo se desarrollaron otros feminismos que además de luchar en contra del patriarcado también toman en cuenta las distintas opresiones que afligen a las distintas mujeres, el feminismo blanco pasó a indicar algo que ya no está forzosamente relacionado con el tono de piel, sino más bien con un tipo de lucha que denuncia la opresión de las mujeres por parte de los hombres pero deja por detrás otras cuestiones fundamentales, como la discriminación de raza o de clase. Por eso es que se pueden encontrar mujeres de piel clara que no se reconocen en el feminismo blanco.

Entre estos feminismos que dijimos que sí toman en cuenta las diferencias de opresión que hay no sólo entre hombres y mujeres sino también entre las mujeres mismas, destacamos a dos que se han dado en nuestros territorios: los feminismos comunitarios y el feminismo descolonial. Estos critican al feminismo blanco que, como vimos, es de origen occidental y de clase media, y problematizan sobre las tres opresiones que ya vimos en el **libro 1**: sexismo, racismo y clasismo.



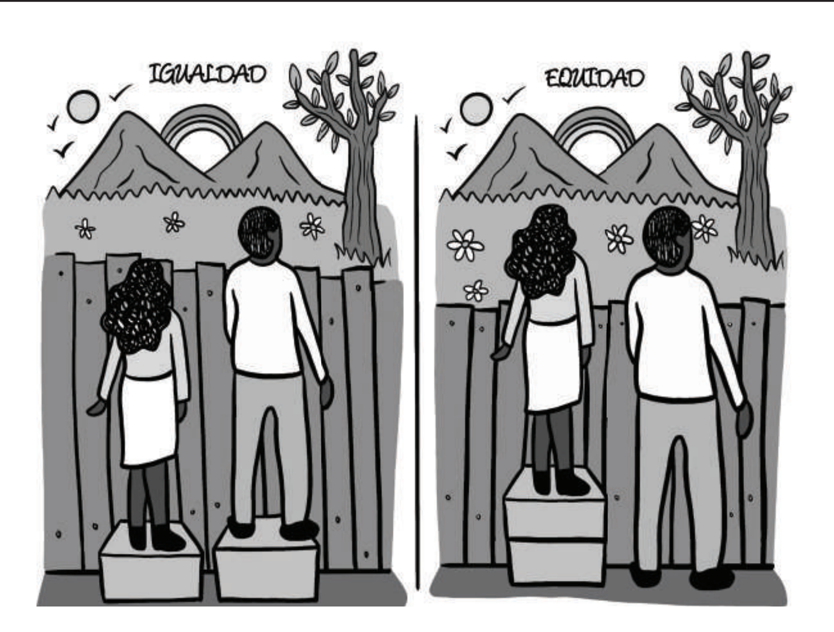
3



Sexismo: El sexismo es el sistema de opresión en el que las personas ejercen dominación sobre otras en función de su sexo. Históricamente, sobre todo han sido hombres que ejercern dominación sobre las mujeres. Este sistema niega los derechos de las mujeres.

Racismo: El Racismo es el sistema de opresión basado en el color de la piel, la etnia y la raza. Es una ideología que nació del Colonialismo en donde la gente blanca y mestiza cree que son superiores a la gente indígena, morena o afrodescendiente.

Clasismo: El clasismo es el sistema de opresión en que los ricos y terratenientes dominan a la gente pobre y sin tierra. Incluye la discriminación diaria a la gente pobre y la exclusión de la política y otros espacios de poder públicos.



Igualdad: Igualdad implica recibir el mismo trato sin considerar las diferencias. Ejemplo. Tener los mismo derechos ante la ley.

Equidad: Significa que cada unx recibe lo que le corresponde o lo que merece. Es decir, este prinicipio parte de que existen diferencias en la realidad que provocan desigualdades.

Instituto Nacional de las Mujeres, Glosario de género.

Feminismo descolonial

El feminismo descolonial es una corriente del feminismo que nace en Latinoamérica a partir de las reflexiones y experiencias de mujeres que no se sentían parte ni representadas por el feminismo blanco. Ellas mencionan que ese feminismo pierde de vista otras formas de discriminación como el clasismo, el racismo o nacionalidad.

> "Decolonialidad: Pensamiento que surge desde un conocimiento situado (feminismos negros, feminismos indígenas, feminismos queer) y analiza de manera crítica la dominación colonial para tratar de desmontar el conocimiento que viene desde Europa y que minimiza los saberes, sentires, haceres y seres locales."
>
> *Mapeando el cuerpo-territorio: Guía metodológica para mujeres que defienden sus territorios.*

El feminismo descolonial plantea que es necesario reflexionar y analizar como los procesos de colonización, no sólo fueron hechos históricos sino que continúan afectando a nuestras vidas cotidianas y nuestros cuerpos. Aunque en la historia de América Latina han ocurrido procesos de independencia, el colonialismo sigue presente.

Algunos ejemplos de opresión colonial que siguen vigentes para las mujeres son:

– Robar conocimiento y sabiduría ancestral de mujeres campesinas, indígenas, y afrodescendientes para finalidades comerciales (véase el ejemplo de las plantas medicinales o de los patrones y estilo de tejidos).
– Tratar a mujeres campesinas, indígenas o afrodescendientes como objetos de estudio para ciertas investigaciones que no le aportan nada a estas mujeres, sino sólo le sirven a académicxs o periodistas.
– Pensar que todas las mujeres somos iguales y, por ello, vivimos las mismas violencias o que el patriarcado nos atraviesa de la misma forma.
– Asociar el trabajo doméstico a mujeres pobres, indígenas o campesinas.
– Continuar y reproducir estereotipos como que las mujeres blancas son hermosas y las mujeres morenas o afrodescendientes son feas.

– Que en momentos de violencia o de despojo de tierras los primeros cuerpos violentados son los de las mujeres.
– No hacer consciente que se tienen privilegios por el origen, la historia o los cuerpos.

Ante este panorama las feministas descoloniales proponen:

– El primer territorio es el cuerpo.
– La lucha y resistencia debe ser desde lo colectivo y en comunidad.
– Cuestionar nuestros privilegios.
– Recuperar y reconocer los conocimientos de las mujeres pobres, indígenas o campesinas.
– Para analizar o reflexionar desde una mirada feminista no se deben perder de vista las diferentes opresiones que atraviesan nuestros cuerpos.

"Asumo mi cuerpo como territorio político debido a que lo comprendo como histórico y no biológico. Y en consecuencia asumo que ha sido nombrado y construido a partir de ideologías, discursos e ideas que han justificado su opresión, su explotación, su sometimiento, su enajenación y su devaluación. De esa cuenta, reconozco a mi cuerpo como un territorio con historia, memoria y conocimientos, tanto ancestrales como propios de mi historia personal. Por otro lado considero mi cuerpo como el territorio político que en este espacio tiempo puedo realmente habitar, a partir de mi decisión de repensarme y de construir una historia propia desde una postura reflexiva, crítica y constructiva.Este proceso de habitar mi cuerpo ha adquirido una dimensión holística, puesto que lo he venido haciendo cada vez más desde una perspectiva integral, trenzando las dimensiones emocional, espiritual y racional".
Dorotea Gómez Grijalva, *Mi cuerpo es un territorio político.*

Si quieres saber más de feminismo descolonial puedes consultar: María Lugones, Yuderkis Espinosa, Ochy Curiel, Breny Mendoza, Dorotea Gómez Grijalva, Rita Laura Segato.

Feminismo Comunitario

El feminismo comunitario nace de las reflexiones de mujeres indígenas en diferentes geografías de Latinoamérica. El objetivo de esta corriente consiste en analizar las opresiones y retomar el conocimiento que ha sido invisibilizado por el patriarcado y feminismo blanco (o "hegemónico"), es decir recuperar la memoria, lo comunitario, nuestros cuerpos, las emociones, el territorio y las experiencias.

Hegemonía: Dominio o supremacía que ejerce un país, un pueblo, una cultura o un grupo de personas fuertes y poderosas sobre otros, limitando su libertad de acción o su independencia.

Diccionario del Español de México (DEM) http://dem.colmex.mx

De igual forma, este feminismo no considera a las mujeres únicamente frente a los hombres, sino que también toma en cuenta los vínculos entre mujeres, hombres y comunidad. Cuando se somete a la mujer, se somete a la comunidad, ya que la mujer es la mitad de una comunidad. De igual forma, cuando se domina esa mitad de la comunidad se domina a los hombres que conforman la otra mitad, ya que ellos también forman parte de esa unidad llamada comunidad.

Al recuperar estos aspectos, la reflexión sobre la situación que han vivido las mujeres a lo largo de la historia, se vuelve más completa. Por ejemplo, uno de los postulados del feminismo comunitario es que "nuestro primer territorio es nuestro cuerpo", ya que a partir de nuestros cuerpos nos relacionamos con lo que se encuentra a nuestro alrededor. Algunas feministas comunitarias mencionan que es a partir de los sentidos que conectamos con los territorios.

Durante los momentos de guerra son los cuerpos los que se utilizan para mostrar el control de los pueblos y territorios, y el cuerpo de las mujeres es un campo de batalla privilegiado donde los hombre muestran su poder, a través de los raptos, las agresiones y las violaciones sexuales. Esta violencia no es nueva, el feminismo comunitario analiza que desde antes de la Colonia existían dinámicas que violentaban los cuerpos de las mujeres, pero que con la colonización ese despojo aumentó, y ya no fue sólo saqueo sino también imposición de otra realidad, la realidad

de los colonizadores. Un ejemplo de esto es el idioma español que no es nuestro idioma ancestral, sino un idioma impuesto a partir de la Colonia.

"El derecho a tomar decisiones propias sobre nuestros propios cuerpos y nuestra propia vida sigue siendo motivo de luchas, por lo cual la defensa del cuerpo y de la vida va de la mano con la defensa de la tierra pues no podemos hablar de cuerpos sanos, libres mientras el territorio que habitamos sea urbano o rural, está siendo despojado y explotado. [...] El cuerpo no sólo es la suma de organos y sistemas biofisicos, sino que incluyen emociones y sentimientos como realidades corporales, que existen y se perciben en el cuerpo y que son inseparables del entorno social, cultural e histórico.
Como un territorio, el cuerpo es una construcción social, cultural e historica. Mientras un cuerpo -el de los hombres proviene de una historia de poder y libertad, otro cuerpo -el de las mujeres tiene una historia de sumisión, maltrato y marginación."

Agua y vida: Mujeres, Derechos y Ambiente AC.

Esta corriente del feminismo también menciona que así como se han vivido dolores y violencias, es necesario retomar la memoria sanadora de las abuelas, tías, ancestras y así poder reconectar entre mujeres pero también con la naturaleza, la tierra, la luna, el sol y las plantas que pueden revitalizar los cuerpos.



El sanar es un primer ejercicio para recuperar los territorios-cuerpos y los territorios-tierra, pero también sirve para acercarse al pasado, al conocimiento de las y los ancestrxs, a las emociones y así tener una lucha más fuerte contra el patriarcado y contra todos los demás proyectos de muerte.

El feminismo comunitario propone cinco ejes de acción:

– El primero y que ya vimos es el cuerpo-territorio, el cual se debe mirar como una unidad, es decir no separar lo físico de lo espiritual, como nos ha impuesto la Colonia. El aceptar nuestros cuerpos también incluye amar nuestras diferencias, nuestro color de piel y las formas de nuestros cabellos. Ya que nuestros cuerpos son diferentes a la estética y estereotipos que se han heredado desde la Colonia, o sea, lo blanco-alto-delgado como lo bello.

– El segundo eje es el lugar donde se realiza la vida comunitaria, esto puede ser la casa, el barrio, la comunidad, la tierra. Al igual que nuestro cuerpo-territorio, este espacio también cuenta con aspectos físicos y otros intangibles, como lo político o cultural.

– El tercer eje consiste en el tiempo. El sistema actual en el que vivimos nos ubica en dos tiempos: uno es el tiempo de los hombres, que es considerado importante porqué ahí han acontecido los grandes eventos que han pasado a la historia; el otro que es el tiempo de las mujeres, que en cambio no es considerado importante, porque ahí es donde se realizan las actividades como las tareas del hogar, el cuidado de lxs niñxs y también de otrxs adultxs de la comunidad, sean hombres o mujeres. Ese tiempo femenino es el que quiere retomar el feminismo comunitario y finalmente reconocerle la importancia que tiene.

– El cuarto eje es el movimiento donde se puede dar la organización. Este movimiento es el que permite construir un cuerpo en común que lucha por tener un buen vivir. De igual forma, este eje es el que permite la relación entre mujeres de diferentes comunidades y organizaciones.

– El quinto eje es la memoria donde se recupera el camino que ya trazaron nuestras ancestras. No olvidar nuestro pasado, ya que es el que nos dice que el patriarcado no nació en la Colonia, sino que antes ya existían otras formas de opresión hacia las mujeres. Con la colonización se da un entronque de prácticas patriarcales.

Como vemos, este feminismo tiene una lectura más cercana a nuestros

pueblos ya que retoma la importancia de todo lo que nos rodea pero también de nuestro pasado. De igual forma se ve como acción:

> "El feminismo comunitario no es una teoría, no es una práctica, no lo hemos construido sobre la lógica dicotómica colonial. El feminismo comunitario es una acción política que se nombra. Hemos aprendido que además de luchar por el territorio, además de luchar en las calles, hay que luchar en el territorio de las palabras, hay que disputar la hegemonía de los sentidos y significados del pensamiento eurocentrico y consecuentes con esa lucha nos llamamos feministas y construimos nuestros propios conceptos como un acto de autonomía epistemológica".
>
> Adriana Guzmán. "Feminismo Comunitario-Bolivia. Un feminismo útil para la lucha de los pueblos".

Además, el feminismo comunitario, al igual que otros feminismos, retoma el tema de los privilegios y, sin negar que todas las mujeres viven una opresión por parte del sistema patriarcal, afirma que no todas las mujeres viven esta opresión de la misma manera.

Para entender mejor qué significa esto pensemos en nuestros talleres, cuando hablamos de triple opresión y dibujamos los tres círculos de sexismo, racismo y clasismo. Ahí todas las mujeres siempre tenemos algo que escribir en el circulo del sexismo, lo cual significa que el sistema patriarcal nos afecta a todas. Al mismo tiempo, si en nuestro grupo está alguna mujer de tez clara, es probable que ella no tenga nada que escribir en el círculo del racismo, lo cual significa que por su tono de piel ella no sufre esta opresión. Quizá pasaría lo mismo si estuviera una mujer de clase media o alta; sería muy difícil que ella escribiera algo en el círculo del clasismo porque las personas que sufren esta opresión son las de clase baja.

Así que los privilegios se definen como ventajas que la sociedad y/o el sistema le otorga a una persona. Pueden depender del sexo biológico (los hombres tienen privilegios respecto a las mujeres), del tono de piel (las

personas blancas tienen privilegios respecto a las personas racializadas), o de la clase (las personas de clase alta o media tienen privilegios respecto a las de clase baja) entre otros factores. El feminismo comunitario quiere hacer visibles estos privilegios porque reconocerlos es indispensables para combatirlos, ya que no podemos tumbar al patriarcado sin tumbar también el racismo y el clasismo.

"Planteamos que es un feminismo comunitario que habla del entramado historico-estructural de las opresiones y que en esa configuración traemos las dimensiones de los cuerpos y de la tierra como una memoria en donde han sido construidas las diferentes opresiones: patriarcales, colonialistas, racistas, capitalistas, hoy en una fase neoliberal globalízante".

Lorena Cabnal

Si quieres saber más de feminismo comunitario puedes consultar: Adriana Guzmán, Lorena Cabnal, Lolita Chávez, Tzk'at-Red de Sanadoras Ancestrales del Feminismo Comunitario desde Iximulew (Guatemala), Mujeres Creando (Bolivia)

3

Experiencias desde la lucha

¿Acaso será necesario nombrarnos feministas para realizar cambios en nuestras comunidades? En los movimientos sociales han participado muchas mujeres valientes, luchadoras e innovadoras que no se han nombrado como feministas pero que han hecho cambios radicales en sus realidades.

Para reflexionar un poco más sobre el tema nos gustaría compartirles la siguiente experiencia:

Mujeres zapatistas

En 1994, en el estado de Chiapas (México) se levantaron en armas miles de mujeres y hombres de diferentes comunidades indígenas, denunciando las condiciones en las que vivían desde hacía mucho. Desde ese año ellas y ellos, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), han trabajado en cómo conformar un nuevo mundo con diferentes prácticas en las que predomina lo comunitario y que sean anticapitalistas, antineoliberales, antirracistas y antipatriarcales. Las mujeres de este movimiento no se nombran como feministas pero sí han sido un referencia e influencia en el feminismo latinoamericano. Ellas han enseñado la necesidad de pensar la "cuestión de la mujer" desde las propias realidades que se viven en sus comunidades y como parte de un movimiento que apuesta por un nuevo mundo.

Otro gran aporte que nos han compartido es la "Ley Revolucionaria de Mujeres del EZLN", que se reflexionó y escribió antes del levantamiento armado, y que en sus demandas lleva la búsqueda por la igualdad y justicia entre mujeres y hombres. A lo largo de la historia hemos visto que las mujeres no se han incluido en la toma de decisiones en las comunidades o movimientos sociales, pero en la Ley Revolucionaria encontramos la inclusión de las mujeres en cargos de poder y de decisión reiterada en diferentes mandamientos:

> **Primero**.– Las mujeres, sin importar su raza, credo, color o filiación política, tienen derecho a participar en la lucha revolucionaria en el lugar y grado que su voluntad y capacidad determinen.
> **Cuarto**.– Las mujeres tienen derecho a participar en los asuntos de la comunidad y tener cargo si son elegidas libre y democráticamente.
> **Noveno**.– Las mujeres podrán ocupar cargos de dirección en la organización y tener grados militares en las fuerzas armadas revolucionarias." (Ley revolucionaria de mujeres, 1993)

En el documental "Las compañeras tienen grado" del año 1995, podemos ver y escuchar de la voz de las mujeres zapatistas cómo era su vida, así podemos entender un poco más del porqué del levantamiento armado y de la Ley Revolucionaria de Mujeres. Con ese documental entendemos que aunque han pasado 25 años, la realidad no ha cambiado mucho en muchas comunidades.

Actualmente las compañeras siguen sin nombrarse feministas. Nosotrxs entendemos y vemos que esto no es necesario para llevar a cabo una lucha contra el patriarcado.



Muchas mujeres han contribuido en la transformación social y la manera en la que miramos el mundo. Su contribución al conocimiento humano fue y sigue siendo fundamental en los descubrimientos y avances en diversas áreas como: la biología, la química, la música, la medicina, informática y otras más.

Sus aportes no sólo se han dado en la ciencia sino en el mantener viva la memoria, el conocimiento ancestral, el cuidado de unx mismx, del tejido social y al territorio.

Con estas reflexiones buscamos que no se pierda ni se olvide la lucha de muchas mujeres que sin llamarse feministas estuvieron y están luchando por una vida mejor para todas, todos, todxs y por nuestros territorios.

¿Qué mujeres conoces que están realizando cambios en la historia de las comunidades y organizaciones?



ALGUNAS REFLEXIONES SOBRE LOS PRIVILEGIOS

Ya hemos visto que los feminismos comunitarios y descoloniales surgieron porque las mujeres de países colonizados no se sentían incluidas en las demandas que las feministas de Europa y Norteamérica tenían. Esto se debe a que existe una diferencia en la presencia de los privilegios en las condiciones de vida de hombres y mujeres blancas de origen europeo. Vayamos pues a conocer un poco más sobre los privilegios y la forma en cómo esto afecta y vulnera a ciertas personas.

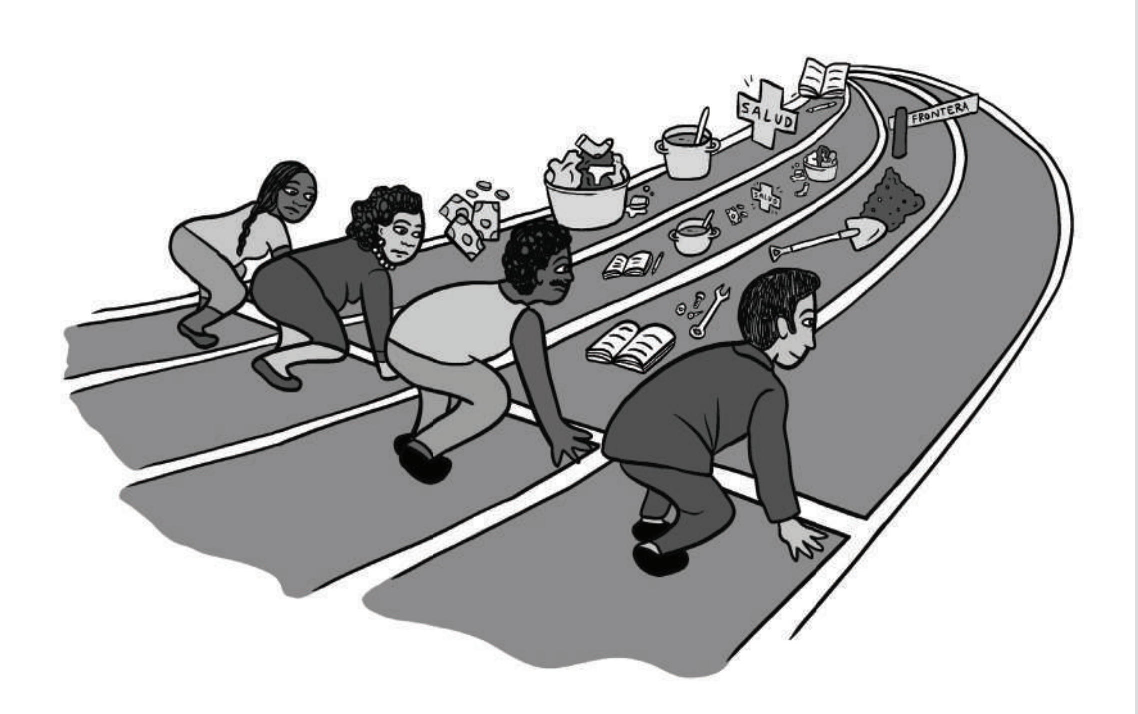
Cuando hablamos de privilegios, nos referimos a una condición de vida que favorece a cierto tipo de personas. Los privilegios son otorgados por el entorno social y cultural, sin embargo muchas veces son adquiridos desde nacimiento sin haber hecho nada por tenerlos. Nos referimos a cuando las personas de piel clara, los hombres y las personas que descienden de familias adineradas, nacen con privilegios que les son adjudicados a razón de género, etnia-raza o clase. Por el contrario, a las personas de piel oscura, las mujeres y descendientes de familias empobrecidas, no son favorecidas con privilegios sino con formas de opresión que se entrelazan entre sí.

El problema de esto es que esas diferencias han provocado que nos relacionemos de forma desigual, que haya en el mundo formas de vivir que impliquen menos sufrimiento y que unas personas abusen de su poder. La causa principal por la que existe la violencia hacia las mujeres se debe a que la sociedad fomenta la idea errónea de que los hombres son más fuertes y más inteligentes. O que las personas morenas son quienes tienen que hacer los trabajos peor pagados. Es decir, el hecho de que socialmente se le adjudiquen privilegios a unas personas y a otras no, se ve reflejado en las condiciones de vida que afectan nuestra economía, como el acceso a unos puestos de trabajo o en la diferencia de salarios. Esta divergencia también afecta a la vulnerabilidad que tenemos frente a los diferentes tipos de violencia.

Crecer con privilegios puede hacer perder de vista las necesidades de otras personas, creer que se tiene igualdad en las condiciones de vida o, peor aún, sentir que se puede afectar a otras personas, a propósito, por creerlas inferiores. Por el contrario, una persona que desde su nacimiento no tiene privilegios se ve a sí misma en desventaja; puede llegar a

pensar que tiene algo malo y es más propensa a desarrollar vínculos de sumisión, dependencia o a naturalizar la violencia. Es por eso que es muy importante identificar cuándo se vive con privilegios y no usarlos para someter a otras personas. Hoy en día se invita a los hombres a pensar en los privilegios de género que la sociedad les otorga por el simple hecho de haber nacido hombres; así como a cuestionarse en cómo hacen uso o abuso de estos con las mujeres de su entorno.

Podemos pararnos un momento para reflexionar sobre cómo ha sido nuestra vida con o sin privilegios y cómo nos ha afectado eso en nuestra economía, nuestro cuerpo, nuestros pensamientos y nuestros sentimientos.





REFLEXIONEMOS: Crees que es un privilegio para los hombres el poder asistir a la escuela, talleres o la radio mientras que las mujeres son cuestionadas o limitadas por el hecho de ser mujer.

3

NUEVAS MASCULINIDADES

Ya hemos reflexionado acerca de cómo el sistema patriarcal afecta a las mujeres pero... ¿Sabemos de qué manera afecta a los hombres? Para entender un poco más cómo nos afecta pensemos en el Sistema Solar: el sol influye en el comportamiento de los planetas, satélites y lo que conforma este sistema. Si tomamos de referencia a la tierra, el sol impacta en todo a nuestro alrededor, el mar, las montañas, en los seres humanos, animales y más; pero se encuentra tan inmerso que influye en las cosas más pequeñas como la reproducción de bacterias, células o microbios. El sistema patriarcal al igual que el sistema solar influye en muchos factores de nuestras vidas: en nuestro comportamiento, pensar, sentir, nuestra forma de relacionarnos, de hablar y más, de igual forma está presente en nuestras acciones del día a día. El sistema patriarcal nos afecta a todas... y a todos.



Aunque históricamente las mujeres son las que sufren de manera más contundente y cruel (a veces hasta con la muerte) por este sistema, los hombres también padecen la influencia de un sistema que marca cómo deben ser y que, desde chiquitos, les enseña que sólo siendo rudos, viriles y violentos podrán ganarse el respeto de los otros hombres.

¿Recuerdan lo que dijimos en el primer manual a propósito de la construcción social del género? En aquel entonces hablamos de cómo esta construcción social afecta a las mujeres, intentando justificar su posición subalterna en la sociedad con una supuesta inferioridad biológica. También dijimos que nada de esto es cierto desde un punto de vista natural y que es el sistema patriarcal que ha creado esta diferencia de roles entre los hombres y las mujeres, reforzándola a través de las instituciones patriarcales como la familia, la escuela y la iglesia. Toda esta información se encuentra en el libro **Sembrando Voces 1**.



3

Ahora es el momento de ver cómo esto afecta a los hombres. Aunque al parecer sólo se les ha dado privilegios –como el de salir de la casa, recibir sueldo por su trabajo, tener muchas parejas, descuidar a los hijos y hacer todas aquellas cosas que si las hace una mujer todo el mundo la condena mientras si las hace un hombre, pues todo el mundo lo considera normal) – el sistema patriarcal afecta también a los hombres. ¿Cómo lo hace? Pues de una manera sutil, quitándoles la posibilidad de ser ellos mismos, de vivir sus sentimientos y emociones, de compartir interés con las mujeres y de mostrarse respetuosos y amables.

"Los hombres no lloran", "El hombre es el que trae el dinero a la casa", "¡Pórtate como hombre!", "No seas mariquita", "Usted es hombre, aunque le duela no lo exprese", "Salga de la cocina, por aquí sólo pueden estar las mujeres", "Si te acuestas con muchas mujeres eres más hombre". Todas estas frases que escuchamos en nuestro día a día y que forman parte de la "cultura" de nuestros pueblos parecen inofensivas pero revelan la existencia de un código de normas que los hombres tienen que respetar si quieren ser considerados tales. Y eso no es algo natural, sino que es el sistema patriarcal que ha creado este código al que le llamamos "masculinidad".



El código de la masculinidad está tan arraigado que los hombres lo consideran parte de su ser, sin siquiera cuestionarse de dónde viene. Sólo saben que si no cumplen con ello se les dejará de considerar positivamente como hombres y no sólo perderán sus privilegios, sino que se les cuestionará toda su vida, hasta su preferencia sexual.

Masculinidad:
"Es la forma en que hemos sido criados y educados los hombres e incluye la manera de pensar, de sentir y comportarnos, así como la forma en que nos relacionamos con las mujeres y otros hombres. También define cómo ejercemos el poder".
Masculinidad tradicional: "La masculinidad hegemónica es la manera como la sociedad nos enseña y nos dice a los hombres cómo tenemos que comportarnos, qué tenemos que pensar y cómo tenemos que manejar nuestros sentimientos. Son mensajes, encargos, mandatos y roles que hombres y mujeres aprendemos desde que nacemos acerca de cómo debemos de comportarnos los hombres."

Campos Guadamuz, Álvaro. *Así aprendimos a ser hombres.*

Sin embargo, todos los seres humanos tenemos sentimientos: hay cosas que nos afectan, duelen, dan alegría, nos angustian, preocupan o enfurecen. ¿Y cómo nos sentimos los hombres cuando no podemos expresar un sentimiento sólo por el hecho de ser hombres? Pues mal. Deberíamos comenzar a hablar entre hombres y mujeres de este código masculino que impide a los hombres exteriorizar sus emociones de manera tranquila (no sólo a través de la ira o la violencia) y reflexionar sobre las construcciones sociales que hemos interiorizados desde que nacimos.

No es un trabajo fácil, desde siglos a los hombres y a las mujeres se nos ha enseñado a mostrar los sentimientos de diferente forma. Aún si queremos superarlo nos sale normal pensar que a las mujeres "se les está permitido" mostrar tristeza, amor, angustia porque a las mujeres se les asocia con debilidad, fragilidad y falta de control. En cambio a los hombres, desde muy pequeños, se les enseña a reprimir sus emociones excepto cuando se trata de enojo, la ira, la agresividad o el ser frío; ya que se supone que esto demuestra tener control en los diferentes ámbitos de la vida.

Sin embargo, es muy importante recordar siempre que estas formas de sentir han sido aprendidas socialmente y se han reforzado con el pasar de los años. Del mismo modo, preguntarnos constantemente el porqué de esa agresividad de los hombres, de dónde sale o cuáles son sus raíces, y cómo podemos neutralizarla juntos y juntas.

En la sociedad actual son evidentes tres manifestaciones de cómo se da el aprendizaje de la masculinidad, y las tres son peligrosas:

1. Desarrollo emocional: En nuestra sociedad los niños aprenden a reprimir sus emociones ("Timidez Emocional"): en el caso de demostrar sus emociones se pueden considerar como "poco hombres" o "como mujeres". Este comportamiento es aprendido socialmente y no es natural. Los estudios han mostrado que los hombres sienten tanto como las mujeres pero aprenden a ocultar sus sentimientos.

2. La violencia: Es una acción ejercida por una o varias personas en donde se somete de manera intencional al maltrato, presión, sufrimiento, manipulación u otra acción que atente contra la integridad tanto física como psicológica y moral de cualquier persona o grupo de personas.

3. La violencia de género y violencia masculina: La violencia de género está vinculada al desequilibrio en las relaciones de poder entre los sexos; de los hombres contra las mujeres.



La masculinidad en los espacios de lucha

Muchas veces al reflexionar sobre el sistema patriarcal, el sexismo y la opresión que los hombres ejercen sobre las mujeres en las organizaciones existe resistencia a hablar sobre estos temas, en ocasiones las personas pueden ponerse a la defensiva ya que estos temas nos atraviesan en nuestras historias y sentires.

Sabemos que estos temas se trabajan porque forman parte de los ejes de lucha de las organizaciones, pero no se aceptan como algo que sucede a lo interno de dichas colectividades. Dentro del movimiento social podemos pensar que es un tema superado y creemos que la única violencia contra las mujeres es la física, dejando de lado otras de suma importancia.



REFLEXIONEMOS: Las compañeras de la Red de Defensoras de Derechos Humanos de Honduras en el primer semestre del 2020 nos compartieron en su informe la siguiente tabla.

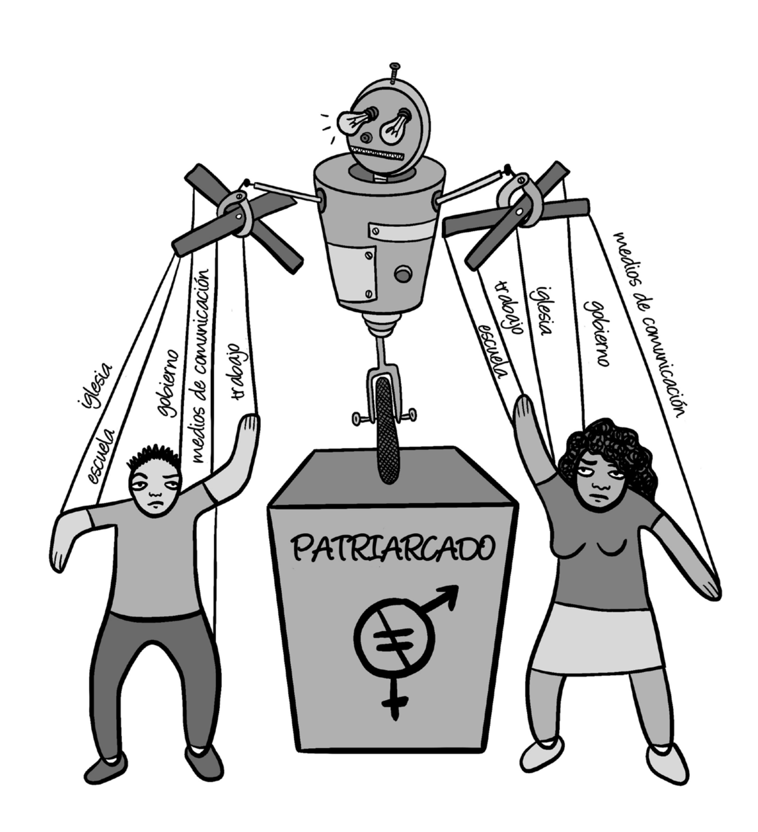
Perpetradores	Agresiones generales	Agresiones personales
Desconocidos	16	10
Policías	11	5
Actores vinculados al movimiento social	9	8
Actores relacionados a empresas y negocios	9	5
Militares	8	1
Agentes de seguridad privada	-	2
Familiares	-	2
Autoridad Estatal	-	1
Otros (hombres con relaciones de poder vinculado a terratenientes, funcionarios públicos, abogados)	8	5

Tabla extraída del *Informe Semestral de Registro de Agresiones a Defensoras de Derechos Humanos en Honduras 2020* elaborado por la Red Nacional de Defensoras de Derechos Humanos en Honduras.

Como vemos en la Tabla, en ese semestre ocurrieron diversas agresiones por parte de hombres que pertenecen a diferentes sectores, es importante ver que existe un número de "actores vinculados al movimiento social". De igual forma, las compañeras de la Red compartían que estas denuncias son las más difíciles de realizar.

En nuestra cotidianidad hemos vivido situaciones que también son de violencia hacia las mujeres, aunque no implican golpes. Algunas serían no querer asear el salón del taller, asumir que el cocinar es una actividad que realizarán las compañeras por el hecho de ser mujeres, hacer algún comentario sobre el cuerpo de nuestras compañeras sin su autorización o no respetar la palabra de las compañeras. Estas acciones (a veces llamadas micromachismos) nos dicen que el tema de género o violencia hacia las mujeres no se trabaja a profundidad ni por igual entre hombres y mujeres, en ocasiones estos temas los reflexionan más las compañeras.

Es importante recordar que el patriarcado no sólo violenta a las mujeres, sino también a los hombres. Si los varones seguimos asumiendo como naturales las características que socialmente nos han dicho que "nos hacen hombres", no seremos libres; más bien esclavos de los estereotipos. Como comunicadoras y comunicadores es muy probable que los continuemos reproduciendo a través de nuestras radios y esto contribuya a que la cadena de opresión patriarcal no se rompa nunca.



¿Qué podemos hacer, entonces?

Sabemos que es difícil reflexionar sobre estos temas -sobretodo entre hombres- ya que, como hemos dicho, nos han educado para no hablar ni exteriorizar nuestros sentires. Sin embargo, no seremos los primeros ni los únicos que empezamos a plantearnos estas cuestiones o reconocer que esto "no es sólo cosa de mujeres". Muchos hombres ya han comenzado a deconstruir su masculinidad tradicional y construir una nueva masculinidad en donde ellos ya no someten a las imposiciones del sistema patriarcal sino que ellos mismos deciden cuál quieren que sea su código de comportamiento. En las nuevas masculinidades que están surgiendo se encuentran valores como el compañerismo, la amistad, la lealtad, el trabajo colectivo, el apoyo mutuo y el respeto hacia las mujeres. En estas formas de aprender a ser varones antripatriarcales los hombres también encuentran su libertad del sistema patriarcal.

En muchos lugares del mundo han surgido grupos de hombres con el propósito de crear espacios en los que puedan compartir inquietudes que difícilmente surgen en las conversaciones cotidianas como: qué significa ser hombre actualmente; qué dificultades tenemos para expresar nuestras dudas, inseguridades y sentimientos; cómo contribuimos para perpetuar las relaciones de poder sobre las mujeres y cómo deberíamos actuar para romper estos círculos de violencia.

Uno de estos espacios de compartición tiene que ser el equipo de comunicadorxs comunitarixs. Creemos que, para poder desmantelar el sistema de comunicación masiva y comercial, este debe ser también un lugar libre de códigos de comportamiento patriarcal. Como ya hemos mencionado antes, ni en la radio ni en ningún otro medio de comunicación realmente comunitario, existirán "tareas de mujeres" y "tareas de hombres". Podemos armar el medio de comunicación más alternativo pero mientras los hombres se apoderen de las computadoras para editar y navegar por Internet y las compañeras continúen haciendo el aseo de la cabina de radio; nuestra revolución no estará completa.

Nuestra propuesta con este capítulo es que estos insumos puedan servir para trabajar el tema de las relaciones entre hombres y mujeres con nuestro equipo de comunicación, ya sea en radio o en talleres que estemos facilitando. No se trata de buscar culpables, por lo que invitamos a reflexionar, antes de ponerse a la defensiva. Es importante abordar estos

temas desde la apertura de un espacio colectivo, ya que sólo así estamos contribuyendo a cambiar la situación de opresión que de una manera u otra nos afecta a todos y todas.

A continuación les compartimos algunos beneficios en lo personal y colectivo que nos pueden motivar a la reflexión.

En lo personal:
Cuando un hombre descubre el impacto que tiene el sistema patriarcal en su vida, el beneficio es enorme ya que estas reflexiones le ayudan a analizar los diferentes roles que desempeña en la familia, trabajo, deporte, economía y en la sociedad. Ser conscientes de que muchos de sus comportamientos se deben a imposiciones sociales creadas por el sistema patriarcal le ayuda a analizar y reconocer los pensamientos y sentires positivos y negativos. De igual forma, podemos analizar nuestras historias de vida, cómo enfrentamos y solucionamos los problemas que se nos presentan. Mientras no se aborde el tema en grupos de hombres seguirá siendo una revolución interior pendiente. Los cambios que se produzcan en lo individual favorecerán en la formación de una sociedad en la que no exista diferencia en cuanto a los derechos reales y prácticas de compañeros y compañeras en función del género al que pertenecen.

En lo colectivo:
A través de nuestra participación en nuestros medios de comunicación podemos contribuir a sensibilizar a la población. En nuestras producciones, al igual que en nuestra participación, podemos ayudar a que el género no se vea sólo como una “cuestión de mujeres”. Si lxs comunicadorxs contribuyen difundiendo mensajes que impulsen la equidad estarán contribuyendo a que cada vez más radioescuchas hombres interioricen este mensaje.

3

LA VIOLENCIA

Se le nombra violencia a aquellos actos que son cometidos con dolo y causan un daño a otra persona. Es importante que podamos reconocer las diferentes formas en cómo estas pueden presentarse, por ese motivo, vamos a conocer los tipos de violencia que existen por medio de ejemplos concretos.

Violencia física: pueden ser pellizcos, empujones, golpes con mano abierta o cerrada, patadas, ahorcamiento, quemaduras, entre otros. Puede ser a cualquier parte del cuerpo. Es violencia aunque se haga una sola vez y no cause un dolor intenso. Dentro de este tipo de violencia se encuentra el feminicidio o quitarle la vida a alguien por motivos relacionados a ser mujer, es el nivel máximo de la violencia física a la que se puede llegar, pero hay acciones que pueden ser consideradas como intento de feminicidio y son igual de graves.

Violencia psicológica: son todos los actos que provocan la sensación de miedo o culpa a otra persona, como el chantaje emocional, las amenazas, los insultos, las críticas negativas, la manipulación, provocar aislamiento social, devaluar a la persona o lo que hace, celos, prohibición de actividades, etcétera. Este tipo de violencia es más difícil de identificar porque se vive de manera constante y se llega a normalizar o no se le da gran importancia. Sin embargo, la violencia psicológica es muchas veces la entrada para que se presenten otros tipos de violencia.

Violencia económica: esta se refiere a cuando una persona obtiene una ganancia económica sobre otra persona, puede ser pidiéndole prestado y no pagarle, o que el préstamo sea a una tienda o banco y dejar en deuda a la persona, controlar sus ingresos y gastos, negar la posibilidad de trabajar, exigirle una cuota fija y mayor a la de sus posibilidades; son las formas más comunes. Este tipo de violencia es muy común que se dé con personas de la misma familia o hacia la pareja.

Violencia sexual: en esta categoría se incluyen todos los actos sexuales que son llevados a cabo sin el consentimiento de la persona. Pueden ser desde insinuaciones, piropos y miradas, por muy insignificante que esto parezca, si la persona se siente incómoda entonces está viviendo acoso y es muy fácil que aumente a otras

formas de violencias. La violencia sexual incluye varios actos que pueden ser cometidos por personas desconocidas o conocidas (familiar, amigo, compañeros de trabajo o pareja) y que se dan sin estar de acuerdo, tales actos como: tocamientos a cualquier parte del cuerpo, penetración con genitales u otro objeto, usar o hacer pornografía por medio de fotos o vídeos, tener relaciones en varias posiciones o con personas que no se desea. Es importante tomar en cuenta que no porque una vez se haya accedido a realizar uno de estos actos en una ocasión, quiere decir que se estará de acuerdo en hacerlo de esa manera siempre.

Dentro de la violencia sexual también se incluye no respetar los acuerdos que se tengan sobre el uso o no de métodos anticonceptivos y la prevención de transmitir enfermedades por vía sexual.

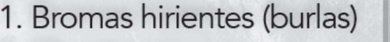
Sea cual sea el tipo de violencia es importante reconocerla y frenarla, porque se está dañando a una persona.

La violencia no sólo la podemos vivir de parte de nuestra pareja, sino también en nuestras organizaciones; en el pasado informe semestral del año 2020 de las compañeras de la Red Nacional de Defensoras de Derechos Humanos en Honduras informaron que en ese periodo se registraron 17 agresiones por parte de miembros de los mismos movimientos sociales. Como vemos, nuestras organizaciones, radios, colectivos, movimientos sociales no están exentos de vivir situaciones de violencia, por ello tenemos como propuesta que se puedan generar entre todas y todos protocolos sobre qué hacer en caso de vivir una agresión en nuestros espacios, estos protocolos no sólo nos ayudarán a resolver estas situaciones sino también a prevenir y trabajar sobre estos temas.

De igual forma, una acción que podemos hacer en nuestros espacios como las cabinas de radio es colocar carteles en donde se lea que esos espacios deben estar libres de acoso, o que entre todas nos cuidamos.

A continuación les compartimos un esquema en donde podemos ver de manera gráfica las diferentes escalas de la violencia.

VIOLENTOMETRO
PORQUE LA VIOLENCIA TAMBIÉN SE MIDA



1. Bromas hirientes (burlas)
2. Chantajear
3. Mentir/ engañar
4. Ignorar/ ley de hielo
5. Celar
6. Culpabilizar
7. Descalificar
8. Humillar en público/ ofender
9. Manipular
10. Intimidad/ amenazar

¡Cuidado! Son síntomas de violencia
Pueden aumentar

11. Controlar/ prohibir
12. Destruir artículos personales
13. Manosear
14. Caricias agresivas
15. Golpear jugando
16. Pellizcar
17. Empujar
18. Cachetear/ patear
19. Espiar obsesivamente
20. Acoso callejero
21. Amenazar para públicar imágenes íntimas

Estás viviendo una vida de violencia, puedes denunciar
Pide ayuda, no estás sola

22. Pornovenganza
23. Maltrato psicológico y/verbal
24. Lesionar físicamente
25. Encerrar o aislar
26. Amenazar de muerte
27. Amenazar con objetos y armas
28. Abuso sexual
29. Violar
30. Mutilar
31. Feminicidio

Tu vida está en peligro y necesitas ayuda urgentemente


ESPACIO
LIBRE DE
ACOSO

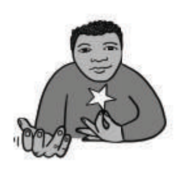
El feminicidio

Como ya vimos hay diferentes tipos de violencia y en diferentes escalas, la última y la peor es el asesinato de una mujer, es decir, el feminicidio. Este se refiere al asesinato de una mujer por el hecho de serlo, es el final de una serie de violencias y es la máxima expresión de una sociedad patriarcal. En la definición del feminicidio es importante retomar la relación entre victima y victimario, y se clasifican en cuatro:

1. Feminicidio de pareja íntima
2. Feminicidio de familiares
3. Feminicidio por otrxs conocidxs
4. Feminicidio de extraños

El feminicidio no se debe entender como un hecho aislado o un asesinato individual, sino todo lo que conlleva, como su definición lo dice: estos asesinatos pueden ser motivados por odio, desprecio, placer o sentido de posesión hacia las mujeres, desde los años 90s muchos movimientos feministas han luchado porque sea reconocido en las legislaciones penales, ya que al nombrar de esta forma estos asesinatos se denuncia también al sistema patriarcal y machista que muchas veces está en la base de la convivencia y de los Estados

Es por ello que es importante que en nuestros medios podamos nombrar y denunciar estos crímenes; ya que no sólo se culpa al victimario en su ser individual sino también a un sistema que educa y replica el mensaje de que la vida de las mujeres no importa.



Sabemos que para las comunicadoras y los comunicadores es complejo cubrir los temas de violencia, género o feminicidios ya que son temas delicados que es importante cubrir con la mayor sensibilidad y honestidad posible. Por ello queremos compartirles algunos consejos para cubrir notas:

1. Ya vimos lo que es el feminicidio y porque es importante nombrarlo cómo tal. Cuántas veces hemos visto en notas que se habla del asesinato de una mujer como si esto hubiera sido una muerte por causa natural. Pero aún, a veces, se nombra como un crimen pasional, es decir, como si fuera un arrebato del victimario. Debemos recordar que cuando nombramos “feminicidio” no sólo denunciamos el asesinato, sino todo un sistema patriarcal.

2. Si en nuestras radios y organizaciones queremos trabajar y difundir temas relacionados con el género es importante recordar que este tema va más allá de los feminicidios. Difundir sobre género significa cubrir la participación de mujeres en la política, economía, ciencia, deportes, la salud sexual, el cuidado de lxs hijxs, el acceso al aborto, la toma de decisiones, la tenencia de la tierra, masculinidades, diversidad sexual y más.

3. Cuando realicemos el ejercicio de la comunicación con enfoque de género es importante explorar diferentes formas de atraer a las personas que nos escuchan o nos leen. A veces hay el prejuicio de creer que estos temas son aburridos.

4. Es importante que cuando realicemos investigación retomemos la participación de las mujeres entre nuestras fuentes; así podremos mostrarlas no sólo como víctimas sino también desde sus conocimientos.

5. Cuando hablemos de cifras, por ejemplo de porcentajes de desigualdad o número de feminicidios, es importante no confiar en las cifras oficiales. También es importante hacer una investigación en diferentes fuentes, para compararlas y así poder hacer aproximaciones.

6. Debemos evitar caer en narraciones o comentarios que culpen a la víctima o la persona que haya vivido ese hecho. El viajar sola, vestir de determinada forma, tener tatuajes o beber nunca serán una justificación para acosar, agredir o violar a una mujer. Pongamos atención en esto: dar una noticia responsabilizando a la mujer por lo que le pasó es un comportamiento típico de la comunicación comercial y masiva que quiere ser espectacular y amarillista.

Revictimización

La revictimización es un ejercicio muy común que encontramos al leer o escuchar las notas de la prensa comercial sobre hechos de violencia hacia las mujeres. Nosotrxs creemos que es algo que tenemos que evitar porque no aporta nada a la noticia, no le sirve al público y además es irrespetuoso hacia la víctima.

La revictimización se presenta cuando se expone el nombre o datos que pueden identificar a la víctima, la descripción detallada o exageración de los hechos, promover estigmas por medio de adjetivos calificativos y juicios de valor; así como dar una opinión basada en estos para manipular a la opinión pública.

Existe una ética del cuidado en el momento de tomar una fotografía, redactar una nota y compartir información sobre situaciones de violencia –especialmente cuando es de tipo sexual o física– para proteger la integridad de las personas agredidas. Es importante entender que si este cuidado a las víctimas y sus familiares no está presente se convierte en falta de empatía y es muy posible que se revictimice a la persona agredida, exponiéndola a cuestionamientos, estigmas sociales, críticas o burlas que son otra forma de revivir la violencia o sumar más violencia hacia ella, y –en muchas ocasiones– también para las personas más cercanas.

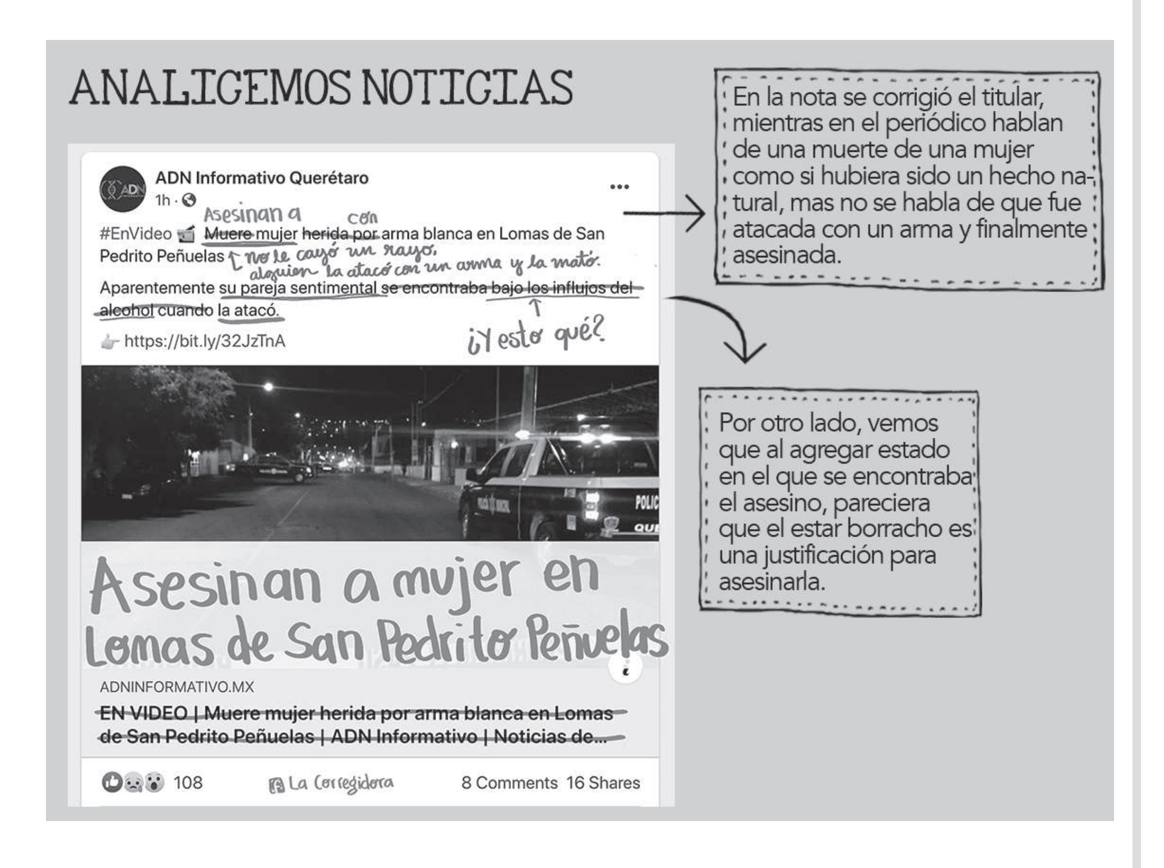
También existe una diferencia entre informar y promover el morbo, muchas veces con un interés económico de por medio o con la idea de fomentar el miedo entre la población. Esto ocurre en la exposición de fotografías de la ropa, el rostro o el cuerpo de la víctima, la presencia de sangre o el arma con el que se haya lesionado.

Para quienes colaboran en algún medio de difusión es éticamente importante poner en el centro el cuidado de la integridad física y emocional de las personas involucradas, muy por encima de las formas y objetivos para transmitir información.

Corrigiendo nuestras notas

Ahora que hemos tratado de un punto de vista teórico cuáles son los tipos de violencia, algunos consejos para poder cubrir notas y también qué es la revictimización, pasamos a ver un ejemplo práctico de cómo cambia la redacción de una misma noticia según esté redactada por un medio comercial o por un medio comunitario.

En México hay un ejemplo muy bueno. Una página del Facebook que se dedica a corregir encabezados y noticias de periódicos comerciales considerados importantes a nivel nacional la cual se llama "La Corregidora"(@corrigiendotitulares). En estos periódicos las noticias se encuentran redactadas con un estilo amarillista, a veces hasta ofensivo para las víctimas y es evidente que la finalidad no es reportar un hecho sino más bien despertar en los lectores la curiosidad y el morbo, atraer con una foto provocativa, juzgar un comportamiento. Las correcciones, en cambio, tienen la finalidad de dar relevancia a los hechos que ocurrieron sin interferencias moralistas o fines comerciales.



ANALICEMOS NOTICIAS

En este ejercicio se comparan dos titulares de diferentes medios sobre la misma noticia

En este ejercicio La Corregidora nos pregunta sobre si notamos una diferencia en las fotografías: En el titular de Vanguardia notamos que cubren el rostro de la joven pero por otro lado muestran el cuerpo de ella.

¿Notan alguna diferencia en la forma de mostrar a la víctima?
(Es la misma foto de Celenne).



Noticias En La Mira
@OficialEnLaMira

Después de tres meses de búsqueda, encuentran el cuerpo en el Servicio Médico Forense del estado de Michoacán a Celenne Ordóñez bit.ly/2RL19g1



Translate Tweet

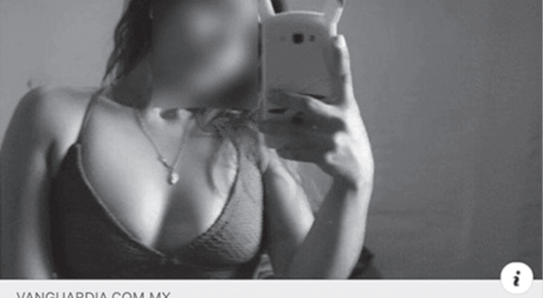


11:15 PM · Sep 18, 2020 · TweetDeck

VANGUARDIA
September 21 at 1:20 AM ·

Contexto ✓

Se presume que fue asesinada a golpes. La joven de 25 años, quien era madre de un pequeño, en Michoacán



VANGUARDIA.COM.MX

Tras meses desaparecida, Celenne fue encontrada en el forense

La Corregidora

En esta nota se agrega más información sobre quién era la joven. Es decir, no sólo es una cifra más, sino una persona con una historia

Después de ver estos ejemplos propuestos por "La Corregidora" les invitamos a que puedan hacer este ejercicio con algunas de sus notas y así poder reflexionar sobre cómo informamos. La idea no es juzgarnos por lo que hemos hecho, sino ver estos ejercicios como procesos de aprendizaje que nos ayuden a hacer un trabajo de comunicación con mayor empatía y perspectiva de género.

EXPERIENCIAS DE LAS COMPAÑERAS

3

Las diferentes opresiones que enfrentamos como mujeres nos han enseñado a olvidar y callar. Romper con esto no es facil, por ello, al escuchar los testimonios de mujeres comunicadoras que han y siguen luchando nos ayudan a vencer el miedo y construir una comunicación desde y para las mujeres. Aquí les compartimos algunas experiencias:

Testimonio Karla Lara

Voy a presentarme y contarles del contexto en el que van pasando mis experiencias en la comunicación. Me llamo Karla Lara, ahora soy cantora, feminista y hago la producción y conducción de un programa de radio que se llama "Sin Café no hay Mañana", de la Central de Cooperativas Cafetaleras de Honduras.

Comencé a hacer radio muy joven, fui parte del Colectivo "Radio Venceremos" en El Salvador, era una radio no solo popular, sino guerrillera, ahí, locutaba noticias, monitoreaba otros medios internacionales para sacar las notas que referían en general la realidad política centroamericana de los años 80s y también producíamos radionovelas, cuñas radiales, canciones a propósito de la lucha y me doy cuenta, al tener que contárselos, que la verdad solamente hice el ejercicio de la locución, no comentaba las noticias, no porque no existiera tal formato en los espacios noticiosos, sino que eso de "analizar" hemos pensado siempre que solo los hombres pueden hacer.

Esos hombres, como yo, no eran periodistas, aprendieron a comentar, comentando, pero nos imaginamos en ese lugar de analizar y comentar como algo que naturalmente hacen los hombres, así que pues ni me lo plantearon, ni me lo planteé, yo leía por tener un timbre de voz y una entonación al leer que resultaba agradable para quienes tomaban la decisión de quién hacía qué, y esos... eran hombres.

En ese espacio organizado también hice monitoreo de prensa escrita, desarrollé una gran capacidad de transcribir, casi que podía escribir al mismo tiempo que la gente hablaba, y era parte del equipo que seleccionaba fuentes y notas para hacer un compilado diario de noticias centroamericanas que se repartía a Embajadas, medios y otros. Al mismo tiempo fui miembra del grupo musical "Cutumay Camones" donde tampoco tenía voz líder, hacía coros, tocaba percusión y solo en una canción tuve voz principal. Tampoco hablaba entre una canción y otra, eso lo hacían otrxs miembros del grupo, era muy joven y mujer, y eso de las mujeres jóvenes en la palabra, pues tampoco era algo que se privilegiara.

Volví a la música en 1995 con el grupo del que ya había formado parte a los 16 años, pero esta vez era una muchacha de 26 con 2 niños y una niña. Pero la música me volvió a colocar en el espacio público de la palabra, en el trabajo de la comunicación.

3

Testimonio de Dunia:

Aprender a ser comunicadora es un espacio que brinda el COPINH. Es una enseñanza muy importante, le apuesta a que nosotras las mujeres debemos tener nuestro espacio, también poder participar y que es una lucha muy grande que se ha venido llevando a cabo, como nos decía Berta que no debemos callarnos, que debemos ser comunicadoras, comunicando todo lo que nos pasa o vamos viendo, porque si no transmitimos o no comunicamos lo que nos está pasando como mujeres silenciamos todas nuestras voces, todas las voces de las demás y sabemos que si nosotras alzamos nuestras voces como mujeres tanto comunicando en radio, comunicando a nuestras organizaciones pues sabemos la situación y que eso es parte de lo que quiere la organización, que seamos parte de las radios comunitarias, que llamemos, que mandemos mensajito, que participemos en estos espacios que son muy importantes, bueno por eso está el programa Canasto de palabras que es un programa dedicado hacia las mujeres. Bueno de eso es de lo que se trata esta organización de compartir, compartir sus experiencias, puedan compartir su punto de vista, temas que se están tratando, bueno, así fue como fui aprendiendo a ser comunicadora, de ir hablando, de ir expresando todas las experiencias que he vivido, de todas las experiencias de Rio Blanco y las experiencias y conocimientos que he tenido en las visitas a otras comunidades que también, es muy importante irlas replicando, irlas teniendo en las radios comunitarias.

Testimonio de Carol:

Yo recuerdo que al inicio sabía que me iba a enfrentar a algo nuevo, en algo que sentía que no tenía la experiencia, que nunca había estado pero que al mismo tiempo me motivaba estar en otros espacios, me daba un poco de miedo por el hecho de manejar estos aparatos tan delicados y en una de esos poderlos arruinar pero al final con los días fui tomando mayor confianza en mí misma, y de igual manera pues era yo quien estaba ahí controlando, quien estaba hablando en un micrófono y aparte de eso estaba al frente de un programa que era el Canasto de Palabras[…] después nos dábamos cuenta porque la gente enviaban mensajes saludando, todo esto fue generando más confianza en mi misma.

Yo de manera particular, esto me ayudó muchísimo de poder tener diferentes miradas, desde los diferentes problemas, las diferentes situaciones que pasamos las mujeres y que no son visibilizadas, yo creo que en nuestras experiencias estaba que dentro de las radios, el hecho de tener a una compañera participando era poderle devolver esta voz a las mujeres que se nos ha sido quitada o que siempre se nos ha querido mantener en silencio, invisibilizadas y que se rompe con esta practica el hecho de estar participando en las radios.

LEY REVOLUCIONARIA DE MUJERES

Publicado en: El Despertador Mexicano, Órgano Informativo del EZLN, México, Núm.1, diciembre 1993.

En su justa lucha por la liberación de nuestro pueblo, el EZLN incorpora a las mujeres en la lucha revolucionaria sin importar su raza, credo, color o filiación política, con el único requisito de hacer suyas las demandas del pueblo explotado y su compromiso a cumplir y hacer cumplir las leyes y reglamentos de la revolución. Además, tomando en cuenta la situación de la mujer trabajadora en México, se incorporan sus justas demandas de igualdad y justicia en la siguiente LEY REVOLUCIONARIA DE MUJERES:

Primero.– Las mujeres, sin importar su raza, credo, color o filiación política, tienen derecho a participar en la lucha revolucionaria en el lugar y grado que su voluntad y capacidad determinen.
Segundo.– Las mujeres tienen derecho a trabajar y recibir un salario justo.
Tercero.– Las mujeres tienen derecho a decidir el número de hijos que pueden tener y cuidar.
Cuarto.– Las mujeres tienen derecho a participar en los asuntos de la comunidad y tener cargo si son elegidas libre y democráticamente.
Quinto.– Las mujeres y sus hijos tienen derecho a ATENCIÓN PRIMARIA en su salud y alimentación.
Sexto.– Las mujeres tienen derecho a la educación.
Séptimo.– Las mujeres tienen derecho a elegir su pareja y a no ser obligadas por la fuerza a contraer matrimonio.
Octavo.– Ninguna mujer podrá ser golpeada o maltratada físicamente ni por familiares ni por extraños. Los delitos de intento de violación o violación serán castigados severamente.
Noveno.– Las mujeres podrán ocupar cargos de dirección en la organización y tener grados militares en las fuerzas armadas revolucionarias.
Décimo.– Las mujeres tendrán todos los derechos y obligaciones que señala las leyes y reglamentos revolucionarios.

¿PRIVILEGIOS MASCULINOS? ¿Qué privilegios?

Mariano Nieto Navarro.
Publicado en https://www.stopmachismo.net/contraprivi.pdf

PRIVILEGIO: "Exención de una obligación o ventaja exclusiva o especial que goza alguien [...] por determinada circunstancia propia."

La mayoría de los varones que conozco, de muy diversa edad y condición, afirman sin pensárselo dos veces que las mujeres en España en estos momentos tienen prácticamente las mismas oportunidades que los hombres para hacer lo que quieran. Algunos llegan incluso a decir que las mujeres juegan con ventaja porque pueden alcanzar puestos importantes simplemente por la paridad y las cuotas, no por sus méritos.
Esa opinión pone de manifiesto hasta qué punto la masculinidad es un poder: sólo quien tiene poder puede negar sus propios privilegios y los perjuicios que estos causan a otros (otras, en este caso), y no sufrir ninguna consecuencia adversa por esa negación.

Creo que bastante de la irritación que provoca en muchos hombres el tema de la igualdad de las mujeres proviene de la resistencia consciente o inconsciente a reconocer la posición de privilegio odioso que compartimos todos los varones, independientemente de nuestra condición o procedencia, y la consecuencia directa de esa posición de privilegio: en un mundo de supremacía masculina o patriarcado, hay cosas de las que disfrutamos los hombres que son injustas, porque las conseguimos a costa de y en perjuicio de las mujeres.

A estas alturas del siglo XXI y en España, ya es hora de que los hombres hablemos públicamente, de forma clara y honrada para con nosotros mismos y para con los/as demás, de la miseria moral en la que todos los varones nos movemos –excepto quienes han reaccionado personalmente en contra– por esa posición de privilegio que nos permite sacar provecho injustamente y explotar sistemáticamente a cualquier persona perteneciente a la otra mitad de la humanidad.
Los privilegios masculinos, como cualquier fenómeno social, son algo complejo. En una cultura de supremacía masculina, todos los varones tenemos privilegios, aunque no queramos ser sexistas o machistas (no conozco a ningún hombre que diga abiertamente que lo sea). Los privilegios son los mismos para todos aunque, lógicamente, tomen formas diferentes dependiendo del contexto y de diversos aspectos de la identidad de cada uno. Además, los privilegios masculinos se

combinan con otros tipos de privilegios (por ejemplo, en mi caso, además de ser hombre, simplemente ser de raza blanca y español me da otro tipo de privilegios).

Harían falta muchísimas páginas para hacer una descripción de todas las formas en las que los hombres nos aprovechamos de los privilegios masculinos en perjuicio de las mujeres en nuestra vida diaria. Aquí me voy a limitar a contar varios ejemplos de cómo yo mismo me he beneficiado y me sigo beneficiando de algunos de esos privilegios en mi vida. No hay que perder de vista en ningún momento que, en este contexto, a cada beneficio masculino le corresponde un perjuicio para las mujeres. Sólo que, dado el objeto de este artículo, he querido resaltar más aquellos que estos.

Desde la cuna se estimuló mi movilidad, mi iniciativa, mi ocupación de todo el espacio y se rieron de mis travesuras ("es muy inquieto, ya se sabe, ¡es un chico!"). Mientras tanto, a mi hermana le decían que se estuviera quietecita, que no gritara, que jugara a las casitas. En mi infancia y adolescencia gocé de más libertad y más tiempo para el estudio y para el ocio que mis hermanas, a quienes se obligó tempranamente a colaborar en las tareas domésticas y tuvieron sus salidas mucho más limitadas que las mías. No tuve contacto con ningún otro modelo masculino que no fuera el tradicional o hegemónico y de él (de ellos) aprendí todos los rasgos de ese patrón: fortaleza, templanza, racionalidad, disciplina, firmeza, autosuficiencia, independencia, iniciativa, competitividad y un profundo recelo a exteriorizar las emociones. El problema fundamental de toda esta educación es que, más allá de que algunos de esos valores puedan ser positivos en sí y otros no serlo en absoluto, las mujeres son socializadas en valores prácticamente opuestos y resulta que –¡sorpresa!– para la vida "pública" en la sociedad y en el mundo del trabajo, tal y como funcionan las cosas hoy en día, aquellos rasgos masculinos proporcionan muchas ventajas en perjuicio de las mujeres.

Por mi condición masculina, he ido adquiriendo también una amplia variedad de otras habilidades y pericias que me proporcionan ventajas comparativas en la vida pública respecto de las mujeres, incluyendo cosas tan aparentemente irrelevantes como, por ejemplo, completar exitosamente tests de inteligencia concebidos por y para hombres, o poder orientarme y controlar mejor el espacio físico (un aprendizaje ya consumado hacia los 12–13 años en el patio escolar, en el que los chicos ocupábamos el centro corriendo de acá para allá mientras las chicas permanecían paradas en los bordes hablando de "sentimientos").

99% de los personajes históricos, literatos, artistas, filósofos y científicos que estudié en el colegio y en la universidad eran varones. Entre los grandes movimientos sociales que me enseñaron, nunca apareció el feminismo ni las luchas de las mujeres que han influido de forma tan intensa en la transformación de las sociedades modernas. Así interioricé el androcentrismo en lo más profundo de mi personalidad: los varones no es que seamos superiores, simplemente somos los protagonistas de la historia y de las historias. Soy hombre, luego soy protagonista. Ser humano es sinónimo de ser hombre.

Todo lo anterior cristaliza en lo que considero el privilegio más importante que he disfrutado toda mi vida y que sigo disfrutando, a saber: que cuando ando por la calle, me siento en un aula, hago una entrevista para un empleo, busco una casa de alquiler, visito la consulta del médico, hablo en una reunión, manejo un coche o entro solo en un bar, en general no me siento minusvalorado ni amenazado. Todos ven en mí un reflejo del estereotipo masculino y eso es una gran ventaja en un mundo sexista.

Siempre se presupone que lo que yo digo o hago, mi trabajo o mis aficiones, o incluso las tareas domésticas que comparto (¡qué bueno es!) tienen más valor, más enjundia, son algo más “serio” que lo que digan o hagan las mujeres que me rodean. Aunque sea lo mismo que digan o hagan ellas. Incluso si expreso opiniones críticas hacia la masculinidad hegemónica, seguramente se me hará más caso que a cientos de mujeres que hayan dicho lo mismo antes. Tengo crédito. Al fin y al cabo, soy un hombre.

Para todos los empleos que he tenido, me han entrevistado hombres. Prácticamente todos mis jefes han sido hombres. Cuando me han ofrecido un nuevo puesto de trabajo o una promoción, lo han hecho jefes varones asumiendo y valorando mi disponibilidad de tiempo y alma para con la empresa, disponibilidad que no se presupone para las mujeres (más bien al contrario) y que en los hombres sólo es posible si hay mujeres detrás que se ocupan de la infraestructura vital (cuidado de relaciones, gestión y trabajo doméstico, cuidado de dependientes...)

En todos los trabajos me he beneficiado de lo que podríamos llamar la “proporción asumida de varones mediocres”, esto es: en los entornos de ingenieros y técnicos con minoría de mujeres en los que me he movido, se da por sentado que siempre va a haber una cierta proporción de incompetentes (varones), por lo que mis carencias se han perdonado más fácilmente. Pero eso no se presupone para las mujeres; todas ellas tienen que demostrar todos los días que valen para estar ahí. Con esto no estoy afirmando que yo sea o haya sido incompetente, sino que he sido sometido a un escrutinio y una presión ambiente bastante menor que si hubiera sido mujer. (Por lo mismo, el argumento de la falta de méritos de las mujeres que acceden a puestos altos por aplicación de cuotas o de la paridad, en realidad es al revés: una cantidad de hombres mediocres llegan y se quedan en puestos altos simplemente por ser hombres, no por sus méritos).

Ante el tribunal de la oposición que gané hace unos años, formado en su mayoría por hombres, sé que mi condición masculina me dio un crédito adicional: la “autoridad” masculina añade credibilidad en las pruebas orales y los estudios han revelado que un mismo ejercicio escrito se califica más si va firmado por un hombre que por una mujer.

Con todo esto no quiero decir que mis logros sean inmerecidos, pero ciertamente en todas las ocasiones ser hombre me ha proporcionado una ventaja por delante de y en perjuicio de las mujeres.

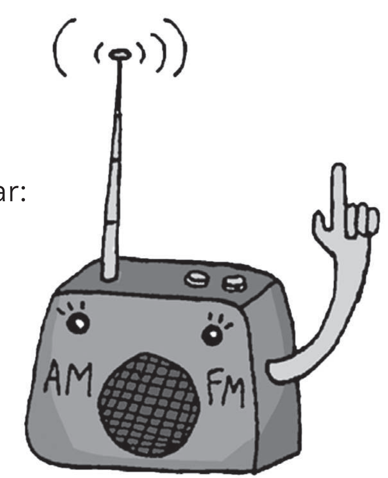
Aunque mi experiencia sea individual creo que, mutatis mutandi, es extensible a

la inmensa mayoría de los hombres. Seguramente algunos lo han tenido mucho más fácil que yo, probablemente porque vengan de familias ricas que les proporcionaron aún más privilegios de otro tipo. Otros lo tienen más difícil porque provienen de estratos sociales menos pudientes. Los gitanos o los inmigrantes varones sufren discriminaciones que seguramente ni puedo imaginar. Pero en cualquiera de los casos, esos hombres se benefician y se han beneficiado de los privilegios masculinos a lo largo de todas sus vidas.

Dicho lo anterior, la consecuencia no es sentirse culpable por ser hombre. Uno no es culpable de lo que recibe por naturaleza o por herencia. Queramos o no queramos todos los hombres seguiremos contando con los privilegios masculinos, los efectos persistentes del sexismo interiorizado y del sexismo social e institucional que nos rodea. Pero aunque no seamos culpables de ser hombres ni de tener privilegios, sí somos responsables de lo que hacemos con lo que hemos recibido. Y esa responsabilidad empieza por reconocer la propia posición de privilegio odioso. Y continúa por tratar de cambiar la situación.

Así pues, el primer paso imprescidible en la asunción de las responsabilidades que nos corresponden a los hombres es, me parece, que abandonemos nuestras resistencias y admitamos a las claras que nos beneficiamos de privilegios masculinos que perjudican a las mujeres.

Un segundo paso fundamental es tratar de cambiar la situación renunciando a y/o denunciando esos privilegios. A muchos privilegios puedo renunciar haciendo esa opción cada vez que tengo oportunidad de aprovecharme de ellos. A otros es posible que no pueda renunciar: me beneficiaré de ellos de todas maneras aunque no quiera. Pero incluso estos últimos los puedo denunciar públicamente.



Ya es hora de que los hombres nos comportemos como seres humanos mínimamente honestos. Esto es una cuestión ética que es algo frívolo plantear en términos de cuánto nos perdemos los varones por ser como somos o de todo lo que podemos ganar con el cambio; aunque haya algo de cierto y atractivo en ese planteamiento, por muy bonito que se quiera pintar, renunciar a privilegios es objetivamente una pérdida de poder. Hay decisiones éticas en las que lo principal que se gana es la propia dignidad como persona.

Y renunciar a los privilegios masculinos es una de ellas. Por supuesto, no están de más las medidas educativas, las campañas de comunicación y otras posibles políticas para fomentar "desde fuera" el cambio de los hombres, empezando por los niños. Pero creo que el único incentivo verdaderamente sostenible para el cambio de los hombres se encuentra en una decisión personal ética, la motivación endógena por excelencia.Con esto no estoy reclamando una nueva edición de la típica actitud heroica varonil para salvar a la Humanidad. Porque, querámoslo o no

los hombres, sin duda las mujeres seguirán ganando, con su lucha secular, valiente y tenaz —aunque también tenazmente silenciada—, cada vez mayores cotas de libertad e igualdad. Simplemente hago un llamamiento a que cada hombre asuma su responsabilidad de ser una persona decente. Y en ese camino podremos llegar a converger (si no es demasiado tarde, porque el abismo es cada vez es mayor) y podremos compartir la vida en términos de relación verdaderamente humana (por tanto, igualitaria) con las mujeres concretas que nos rodean, si ellas quieren, lógicamente. Las mujeres están hartas de hombres salvadores que hagan las cosas "por ellas" y, por otro lado, han demostrado y siguen demostrando que se pueden salvar perfectamente por ellas mismas. De lo que se trata es de que los hombres, cada hombre, nos salvemos a nosotros mismos de nosotros mismos.

Por añadidura, ese cambio personal tiene consecuencias políticas, quizá tan importantes como muchas leyes que se puedan promulgar. No sólo estaremos dinamitando por su base el sistema de supremacía masculina y su implícita violencia de género, sino que a la vez estaremos haciendo más fácil y menos traumática, para hombres y mujeres, la liquidación de ese sistema y la transformación social que necesitamos.

Mi objetivo al escribir estas líneas era poner de manfiesto la injusticia básica en la que se asienta nuestra vida de acomodados varones y la deshonestidad que supone no reconocerlo y no hacer nada por cambiar esta situación. Como decía al inicio de este escrito, con los progresos que han significado la ley de igualdad y mejoras anteriores, mucha gente (especialmente hombres) no admite que la española siga siendo una sociedad profundamente sexista y que el sexismo produzca efectos perjudiciales concretos y cotidianos en la vida de las mujeres. Pero los hombres llevamos muchos siglos perfeccionando los mecanismos sociales y las habilidades personales que nos permiten mantener la supremacía. Eso no se cambia en unos pocos años, ni tampoco se puede cambiar sólo "desde fuera", con leyes o medidas políticas. El cambio tiene que venir de dentro de cada uno y por cada uno.

MIS REFLEXIONES SOBRE LA LECTURA SON:

¿Por qué la voz de las Mujeres es tan importante y necesaria en los medios de comunicación?

Karla Lara, ponencia para Brújula Mujer Cooperativista

Las personas que escuchamos en la radio, en la televisión, las que por alguna razón: nos gusta su voz, nos gusta cómo desarrolla una idea, nos gusta su rostro, nos gusta cómo se viste, o cualquier otra razón subjetiva, se convierten para las personas adultas, lo que la profesora o el profesor de la escuela fueron en su infancia: son referentes, asumimos que saben, les otorgamos razón y poder a sus palabras.

Tal privilegio es una enorme responsabilidad, pero esas voces han sido a lo largo de la historia y en su mayoría, voces masculinas o voces masculinizadas, es decir mujeres que hablan como si un señor mandón les habitara el cuerpo y la palabra, son severas con nosotras mismas, porque el Patriarcado nos enseña eso, a ser severas con nosotras mismas y entonces muchas mujeres con palabra, en la búsqueda de llenar la expectativa del reconocimiento en los estándares patriarcales en lo público, actuan, piensan y hablan como si fueran un Señor más, masculinizan entonces, el poder de su palabra.

Por eso, como en todos los espacios de la vida pública y las decisiones, no solo hacen falta mujeres, sino mujeres con mirada y ética feminista, mujeres con un pensamiento y palabra que reconozca que este sistema patriarcal nos ha negado la voz, la razón, el poder, colocándonos en lo público y refieriéndonos en los medios como:

- Las que tienen que llenar un requisito de belleza física: Delgadas, bonitas, graciosas, suaves, eternamente jóvenes, si ya tiene arrugas se las plancha, si ya usa lentes, se los quita, si está gorda adelgace porque se ve fea, si es negra se alisa el pelo y se pone polvos para no parecer tan negra, si es chaparra súbase a unas buenas trancas, si es indígena haga cualquier cosa para dejar de pareserlo, y así, negando completamente identidad y origen porque el referente de lo aceptable lo definen ellos: el patriarcado, el capital y la colonia.

- Las mujeres seguimos sin dar la noticia, pero somos las víctimas de la nota roja: al odio le llamamos "pasión", a lo débil le llamamos "mujer", al cariño y al servicio le decimos "madre", a la sumisa le nombramos como "la ideal", a la que viste corto y escotado nos enseñaron que

es “fácil o puta”, a la que tiene carácter “mal atendida”, a la sensible “anda con el período”. Y bajo esas etiquetas generamos un lenguaje de la comunicación sexista que refuerza los estereotipos que perpetuan las opresiones y nuestra gran dificultad para quitarnos esas etiquetas.

Por eso es importante que las mujeres con mirada y ética feminista integremos los espacios de comunicación, tomemos la palabra, ejerzamos el derecho a la palabra porque quita poder a la hegemonía que han tenido esas voces masculinas y masculinizadas y vamos aprendiendo a escuchar también las voces de las mujeres, otorgándoles el poder desde la escucha, por una parte, pero también en quienes ejercemos y merecemos reconocimiento y seguridad en el ejercicio de nuestro derecho.

A hablar se aprende hablando, el Patriarcado nos enseñó a callar, a tener miedo a opinar, a tener desconfianza de nosotras mismas, toca desaprender para imaginarnos en un lugar en el mundo que nos corresponde.

Hacemos las cosas más importantes de la vida, sin siquiera presumir de ello, mas bien ese trabajo ha sido tan desvalorizado por el sistema patriarcal y capitalista que ni siquiera lo reconoce como “trabajo” porque si lo reconociera se invertiría la relación de poder. Sostenemos la vida desde nuestros trabajos del cuidado y sostenemos la vida desde la producción del alimento en las comunidades. Son las mujeres empobrecidas en los territorios quien mas alta honra han hecho a la tarea de sostener la vida, desde el cuidado a otras y otros, a la tierra, al agua, a los animales, a gente y territorios!!.

Ese es el trabajo de la comunicación popular feminista, es invertir el valor de lo socialmente construido a la inversa. La comunicación feminista no es para hablar de feminismo, es para hablar de la vida aplicando la valoración política antipatriarcal, anticapitalista, anticolonial y racista que te hace reconocer por qué pasan las cosas, por qué el mundo está al revés.

La comunicación popular feminista no es para que contes ¿qué pasó?, sino ¿por qué paso?, quién acumula?, quién saca provecho de tal y tal opresión.

La noticia que el medio tradicional nos da, es: Asesinan a una mujer en el barrio El Bosque: se trata de su expareja que la venía “celando” y la descuidada mujer salió a las 11 de la noche de una fiesta a dos cuadras de su casa, exponiéndose porque llevaba un vestido corto y eso acrecentó la furia de su expareja y cometió ese crimen pasional... NOOOOOOOOOOOOOO

¿Dónde aprendimos a normalizar eso y a calificar las acciones de esa forma? Una buena parte en las canciones, hay miles, pero miren lo que cantamos bailando al son de Marc Anthony: “Envidia me muero de celos y envidia, pensando en la forma en que èl te acaricia”

¿Qué significa eso?

Que aprendimos el amor como propiedad… ella le pertenece y otro toca eso que le pertenece y en esa lógica, dispone de ella…. En las telenovelas, llenas de un drama que normaliza la violencias
En la iglesia, en la escuela, en la calle, en la familia, en la casa EN LA CONSTRUCCION SOCIAL PATRIARCAL, CAPITALISTA Y COLONIALISTA. Y desde la comunicación que garantiza estas opresiones y aberraciones, perpetuamos femicidio, como la expresión más brutal.

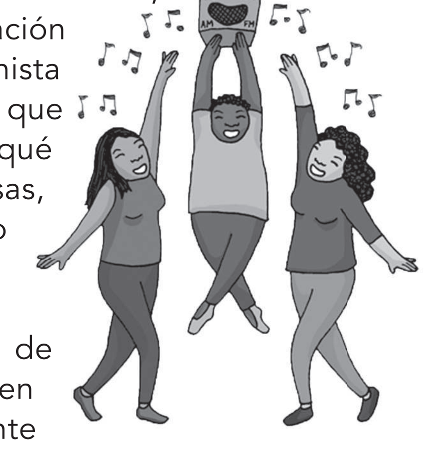
La noticia que el medio tradicional nos da, es: Gobierno de Juan Orlando Hernández emite decreto que otorga 16 millones más a las Fuerzas Armadas para el manejo del presupuesto agrarario, y serán entregados a través de los batallones y las iglesias porque los grupos campesinos están divididos y no hay institucionalidad para manejarlo con transparencia. NOOOOOO

¿Dónde aprendimos a normalizar eso?

En los programas de militares en las escuelas, en los espacios donde no respetamos la laicidad que la Constitución enuncia, de nuestro Estado, y entonces se ora en las aulas de clases, cuando eso hay que hacerlo en las iglesias según la religiosidad de cada quien.

En las películas de Hollywood donde los policías son guapos y buenas personas, y matan pero por la seguridad de su gente!
En las actividades que hacen los funcionarios en las comunidades y maestrxs en escuelas y colegios, donde presentan al Cura, al Pastor y al Militar como los invitados de la mesa principal.
EN LA CONSTRUCCION SOCIAL PATRIARCAL, CAPITALISTA Y COLONIALISTA.
Y desde la comunicación que garantiza estas opresiones y aberraciones, perpetuamos la militarización de las sociedades, donde entonces las armas pesan mas que las ideas y sobre todo las necesidades de las personas.

Debemos contar por qué pasan las cosas, con el feminismo como herramienta, como propuesta política en y desde la comunicación, la comunicación popular feminista nos invita a que pensemos por qué pasan las cosas, y ir generando un tipo de comunicación que no cuente de la gente, sino en el que la gente cuente, donde sus voces sean la posibilidad de construcción para deconstruirnos, para querer oirnos, para querer reflexionarnos, porque cierro afirmando, que estoy segura, que a pesar de las diferencias que tengamos en este diverso y amplio grupo de personas, podemos llegar al acuerdo que como están las cosas no nos gustan, no nos sentimos respetadas, incluídas, mencionadas, merecedoras, y que eso baste y sobre para proponernos una comunicación con mirada y ética feminista.



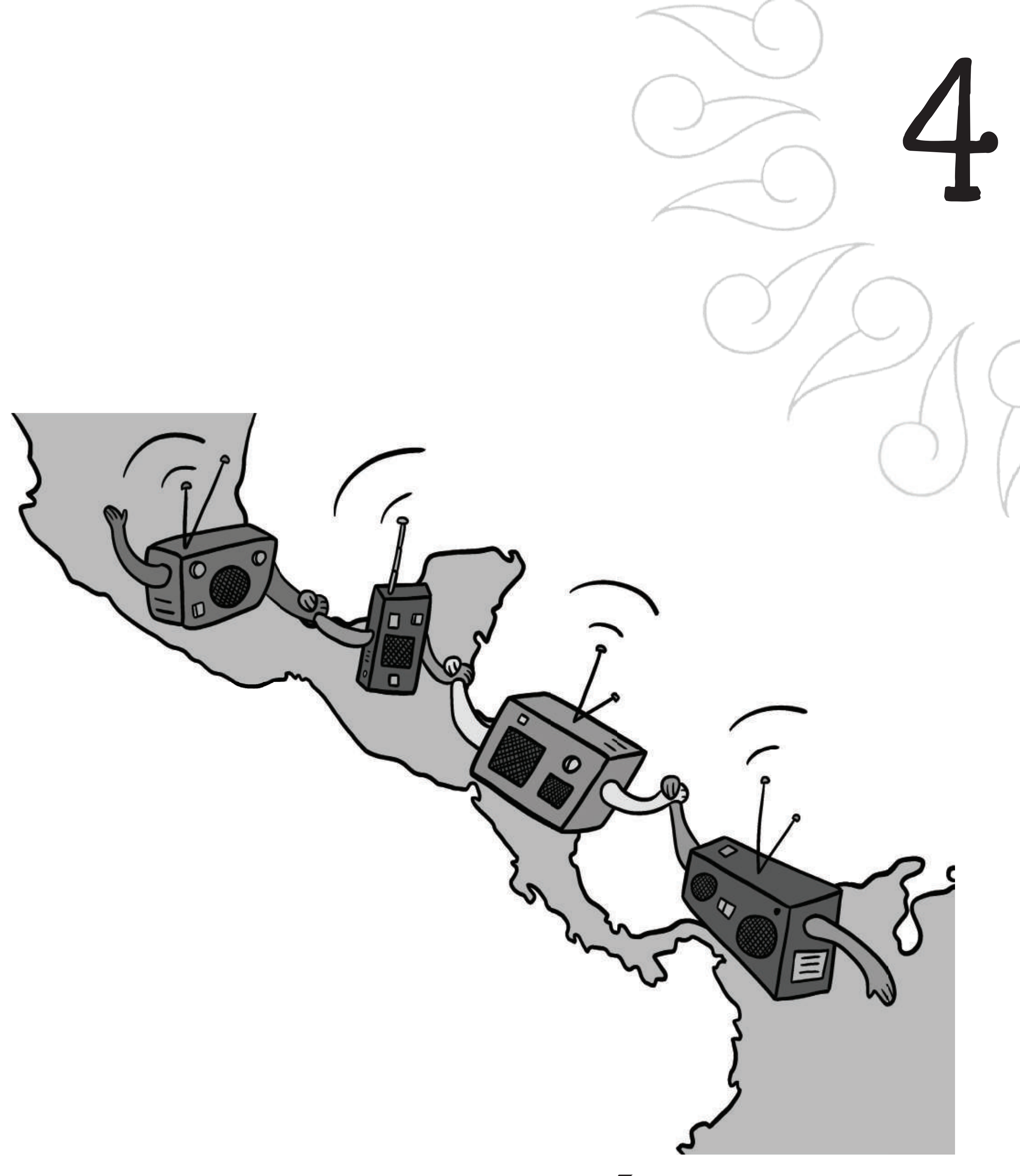
Los feminismos hay que caminarlos, platicarlos, movilizarlos, popularizarlos, y la comunicación, sobre todo por radio,

en tanto es precisamente el de mayor acceso a las grandes mayorías, hay que fortalecerlo en estos tiempos de pandemia y confinamientos. No es el internet lo más accesible, menos en un país sin energía eléctrica en muchas partes, sin datos, sin gente con acceso a aparatos "inteligentes", con mucha población analfabeta, en la condición de empobrecimiento pandémico, hay que potenciar la radio, la imagen, la hermosa imagen sonora, con otras canciones, otros mensajes, otra noticia, otras historias, otra interpretación, otras realidades, otras referencias de representación que nos devuelvan la esperanza y el ímpetu para seguir haciendo cosas de manera colectiva, su cooperativa, su espacio comunitario, su lucha en defensa de un río, de la tierra, de las mujeres, de la vida!!

Muchas gracias a CONAMUCOOPH y a la Fundación Friederich Ebert por este esfuerzo de formación en Brújula Mujer Cooperativista y por invitarme a ser parte con esta participación.

MIS REFLEXIONES SOBRE LA LECTURA SON:

4



ORGANIZACIÓN DE UN MEDIO POPULAR Y COMUNITARIO



ORGANIZACIÓN DE UN MEDIO POPULAR Y COMUNITARIO

En el libro **Sembrando Voces 1** hemos visto los seis pilares de la radio comunitaria que nos parecían fundamentales para sustentarla, alimentarla y darle vida. Hemos visto cómo podemos organizarnos como equipo de comunicación y qué puntos tendremos que tomar en cuenta para elaborar una estrategia de comunicación.

> La estrategia de comunicación es el proceso a través del cual el equipo de comunicación alcanza sus objetivos. La estrategia siempre tiene una idea guía con la finalidad que el equipo quiere lograr. La construimos tomando en cuenta los recursos humanos y/o materiales que tenemos a nuestra disposición; las necesidades y los gustos de nuestro público y la urgencia de las acciones que queremos realizar.



Ahora vamos a profundizar las reflexiones sobre la organización interna de nuestra radio comunitaria y su vinculación con la comunidad. Veremos cómo garantizar que nuestro proceso continúe y perdure; así como podríamos mejorar el alcance de nuestros mensajes. Vamos a ver algunas formas y estrategias organizativas y/o colaborativas como la campaña radiofónica, las transmisiones colectivas y la cobertura de eventos. Además, vamos a reflexionar sobre estrategias para aumentar la seguridad en nuestro equipo de comunicación y nuestra radio comunitaria.

LA SUSTENTABILIDAD DE NUESTRA RADIO COMUNITARIA

Cuando empezamos a hablar de la radio dijimos que era como una semilla. Más allá de las instalaciones técnicas, una radio comunitaria necesita del trabajo y compromiso de mucha gente; de toda la comunidad pues. Incluso antes de que existiera la radio físicamente hubo que ir sembrando la idea de una emisora comunitaria entre la gente en nuestro entorno, platicándolo y buscando la participación necesaria para sostenerla. Una vez que esta semilla existe para que nazca la radio—como en cualquier siembra— la tenemos que cuidar para que al momento de brotar (que ya se levante la radio) tenga raíces bien fuertes para aguantar cualquier mal tiempo.

Levantar la radio es fácil, lo difícil siempre es mantenerla, como sabemos esto implica bastante trabajo en diferentes áreas. Por un lado queremos alimentarla con una programación bien fuerte y con una participación amplia; pero, al mismo tiempo, no podemos dejar a un lado el mantenimiento físico o los recursos humanos y económicos que esto implica. Hablamos de la sustentabilidad de nuestra radio comunitaria.

La **sustentabilidad** significa que las condiciones económicas, ecológicas, sociales y políticas permitan que un proceso continúe y que perdure. Que tenga los elementos suficientes para poder atender las necesidades actuales y futuras. Tiene una mirada hacia el futuro, porque si acabamos nuestros recursos sin asegurar que están disponibles para las siguientes generaciones, no habrá permanencia.

Es un proceso cíclico como la siembra del maíz. Cada año sembramos y de la cosecha elegimos y guardamos semillas para poder sembrar de nuevo. Si acabamos todas las semillas sin guardar ninguna ya no podremos sembrar la próxima vez. La sustentabilidad significa tomar una actitud responsable en el uso, la conservación y la generación de los recursos.

Para un buen funcionamiento de una radio comunitaria tenemos que tomar en consideración el tiempo y las capacidades de las personas que hacen la radio, las realidades y las condiciones de nuestro público o la comunidad que nos rodea, así como los elementos materiales, económicos y tecnológicos que requerimos.

4



Objetivo, estrategia y táctica

En el libro **Sembrando Voces 1** hemos visto algunos puntos con los que planear una buena estrategia de comunicación para alcanzar un objetivo especifico, como pueda ser la concientización de nuestra comunidad sobre el cuidado del agua. Para que nuestra radio perdure y pueda cumplir con objetivos más complejos -como, por ejemplo, fortalecer el tejido comunitario- es necesario contar con una planeación y estrategia a largo plazo. Pensar en qué queremos lograr en tres, cuatro o cinco años; cómo lo vamos a hacer y qué acciones tenemos que realizar en qué tiempos.

Objetivo: ¿Qué deseamos conseguir? ¿A dónde queremos llegar? o ¿Qué deseamos lograr? Un objetivo debe de ser realizable, realista y alcanzable en un plazo de tiempo definido.

Estrategia: ¿Cómo vamos a hacer que suceda? o ¿Qué haremos para que suceda? Es el camino que elegimos para llegar a nuestro objetivo. Pueden existir diferentes estrategias para llegar a un mismo objetivo.

Acciones o táctica: ¿Qué acciones vamos a realizar y en que tiempos? Son los pasos y tiempos que son necesarios para llegar al objetivo. Las tácticas deberán planearse como una secuencia de acciones y tener un cronograma que paso a paso nos haga avanzar con nuestra estrategia hasta llegar al objetivo.

Ejemplo:

Objetivo: Escuchar el miércoles una canción del Los alegres del sur.

Estrategia: Pedir que la pongan el miércoles en la radio comunitaria.

Acciones o táctica:

- Buscar el numero de teléfono de la cabina de la radio.
- Llamar a la radio y pedir la canción.
- Sintonizar la radio y escuchar la canción.

Este objetivo no es tan complicado y lo podemos lograr en muy poco tiempo mediante pocas acciones. Pero si queremos, por ejemplo, conservar la memoria histórica de nuestras comunidades ya es algo más complejo que requiere más acciones y más tiempo para cumplir con el objetivo.

Existe la posibilidad de usar diferentes estrategias paralelas al mismo tiempo.

Objetivo: Rescatar la memoria histórica de las comunidades de la CPR

Estrategia 1: Elaborar un programa semanal en nuestra radio comunitaria sobre la memoria histórica.

Estrategia 2: Hacer un libro que recopila las historias de nuestras comunidades.

Acciones o táctica de la estrategia 1:

- Reunión de planificación del equipo de comunicación para definir los tiempos y contenidos del programa.
- Buscar personas que nos pueden contar la historia de las diferentes comunidades.
- Hacer una identificación para el programa.

**Estas son las primeras acciones pero hay más.*

Acciones o táctica de la estrategia 2:

- Reunión de planificación del equipo de comunicación para definir el contenido del libro y cómo lo vamos a trabajar.
- Hacer entrevistas para recopilar testimonios.
- Transcribir las entrevista.

¡OJO! Las estrategias que usamos las elegimos como respuesta a una coyuntura y a partir de nuestras fortalezas y oportunidades. Estos puntos de partida pueden cambiar con el tiempo. Para alcanzar objetivos a largo plazo es importante evaluar frecuentemente la estrategia que hemos elegido para ver qué nos funciona y qué no, si todavía es la mejor forma de llegar a nuestro objetivo o hay que cambiar de estrategia o adaptarla a nuevas circunstancias.

4

Nuestros medios como nuestra tierra misma, son un proceso en constante desarrollo eso hace necesario pensar nuestras estrategias y objetivos en periodos de tiempo de corto, mediano y largo plazo. Muchas veces tenemos que reaccionar a emergencias y la necesidad de resolverlas inmediatamente puede desviar nuestra atención y hacer que olvidemos nuestros objetivos a largo plazo. Para fortalecer y garantizar una sustentabilidad es fundamental pensar y soñar el futuro que queremos para nuestra radio comunitaria y para nuestra comunidad. Con ello en mente trabajaremos para que estos sueños se cumplan.

Pensar a largo plazo puede mejorar las condiciones y capacidades que tenemos para prevenir o enfrentar conflictos y problemas en el futuro. Por ejemplo, fortalecer la organización y el tejido social en nuestras comunidades nos hace más fuertes y unidxs para enfrentar futuros momentos difíciles.



4

NUESTRA COMUNIDAD

La radio comunitaria nace desde la comunidad y forma parte activa de ella, con la que interactuamos constantemente. Sin comunidad no hay radio comunitaria. Las cosas que pasan en nuestra comunidad influyen y afectan a la radio; nuestro trabajo de comunicación tiene un impacto y efecto en la comunidad. Esta vinculación y la interacción con nuestro entorno es algo que nos diferencia de los medios comerciales. Los medios comerciales tienen un fuerte impacto en nuestras comunidades pero poco les importa o afecta lo que pasa en ellas. En cambio, los medios comunitarios formamos parte de un tejido social que es mucho más complejo. Tener una radio comunitaria no es una finalidad en si. La radio comunitaria es una herramienta para fortalecer el tejido y la organización comunitaria que nos rodea. El éxito de una radio comunitaria depende de cómo se abordan los temas y cómo se involucra a la misma comunidad y a la audiencia. Nuestros objetivos no solo están enfocados en el bien de nuestra radio, sino en el bienestar y buen vivir de nuestra comunidad.

> "El Buen Vivir, es un proyecto político de vida; es el proceso de satisfacción y bienestar colectivo para potenciar la vida en equilibrio de la madre naturaleza y el cosmos para lograr la armonía."
>
> Confluencia Nuevo B'aqtun.

Actuar para el bien de nuestra comunidad es una gran responsabilidad y requiere un constante diálogo con nuestro entorno. La radio comunitaria actúa para el bien de nuestra comunidad y nuestra comunidad tiene que preocuparse y responsabilizarse por el bien de la radio. Como colectividades debemos preguntarnos:

¿Qué aporta la radio a la comunidad?

¿Qué aporta la comunidad a la radio?

Para contribuir desde la comunicación al fortalecimiento de nuestra comunidad hay que conocerla. En el manual Ideas y prácticas para radios comunitarias la organización Ojo de Agua Comunicación nos propone cuatro preguntas para reflexionar:

¿Qué nos gusta de nuestra comunidad, cuáles son sus fortalezas?

¿Qué no nos gusta, cuáles son sus amenazas?

4

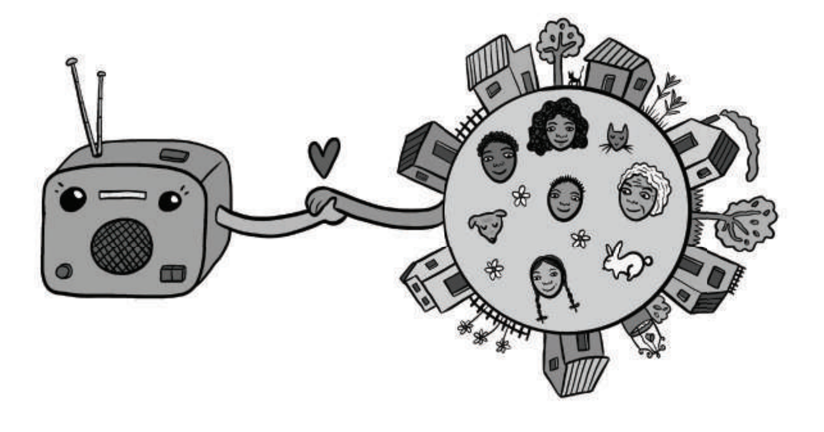
¿Con qué personas o grupos, contamos en la comunidad para apoyarnos en mejorar lo que no nos gusta?
¿En qué espacios nos vinculamos con estas personas o grupos?

Como hemos visto en el capítulo 1 hay discursos y mensajes que amenazan y causan daños en nuestra comunidad. Conocer y analizar estos discursos nos ayuda a desarrollar una estrategia para enfrentar y debilitarlos.

¿De quién viene el mensaje o discurso?
¿Qué causa en nuestra comunidad?
¿Qué estrategia usan para convencernos?
¿Cuáles son las fortalezas de este discurso?
¿Cuáles son sus debilidades?

"Cuando se aplican estrategias con los medios de comunicación, podemos emitir mensajes que contribuyen a que se quiera o se odie a un adversario. Por ejemplo, cuando empresas y gobierno quieren instalar una mina, o cualquier proyecto extractivo en la comunidad, los medios de comunicación juegan un papel clave en la reacción de la gente. Nuestros medios comunitarios deben accionar para el mejor interés de nuestra gente, evitando agravar los conflictos y las divisiones internas".

Ojo de Agua Comunicación. *Ideas y prácticas para radios comunitarias.*



La barra programática

Para que una radio pueda tener una buena vinculación con su público tiene que cuidar mucho su programación. Para tener una programación completa es importantísimo pensar en cuáles son nuestros públicos, cuáles son sus horarios y qué contenidos pueden interesar a cada sector. Además la programación tiene que corresponder a los objetivos que tenemos como radio comunitaria.

Para ordenar la programación, las radios cuentan con una herramienta organizativa: la barra programática. Esta consiste más o menos en una tabla dividida por días y horarios, donde iremos colocando el nombre de los programas y espacios que tenemos en la programación como programas en vivo, las retransmisiones o repeticiones y los espacios musicales y qué franja horaria ocupan.

La barra programática sirve para:

- Informar a nuestro público a que hora hay que contenido.
- Adecuar nuestra programación a la diversidad de nuestro público y sus hábitos.
- Acomodar espacios musicales con diferentes estilos y gustos durante la programación diaria.
- Colocar programas dedicados particularmente a ciertos temas a las horas adecuadas para el público destinado.
- Organizar mejor nuestro trabajo como equipo de comunicación y las responsabilidades en la cabina. Como la apertura y el cierre de la cabina o los programas en vivo.

Para hacer una barra programática completa es muy importante tener en cuenta quién nos está escuchando, a qué horas, para qué nos escucha y qué busca en nuestra radio. Por eso debemos plantearnos las siguientes preguntas para cada sector del público (niñxs, jóvenes, hombres y mujeres, ancianxs, estudiantes, maestrxs, campesinxs, gente del campo, gente de la ciudad, etc):

- ¿A qué hora se levantan?
- ¿Cuáles son los momentos del día en los que escuchan la radio?
- ¿Qué temas les interesan?
- ¿Qué temas les preocupan?
- ¿Qué formatos radiofónicos les gustan?
- ¿Qué música les gusta?

En el tiempo que no hay programa —o entre programa y programa— la radio no se queda muda. Para estos espacios es importante planear barras musicales que alternen música y cuñas. Para esto puede ser muy útil organizar "barras temáticas" con temas de interés para la audiencia. Por ejemplo, una barra sobre "Defensa de la tierra y los recursos naturales" que incluya canciones y cuñas sobre el tema. Incluso podemos ordenarlas con algún programa para la computadora como ZaraRadio (más adelante veremos cómo funciona) sin necesidad de que haya alguien operando todo el rato en cabina.

Horarios	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo
5:00-6:00am	Música ranchera						
6:00-7:30 am	Espacio iglesia católica y avisos de la mañana						
7:30-9:00am	Sones de mi pueblo					Prog. infantil	Prog. infantil
9:00-11:00am	Prog. mujer levantate		Prog. medicina natural	Prog. mujer levántate		Música variable	Música variable

La participación de nuestro público

Además de adecuar nuestra barra programática a nuestro público necesitamos establecer formas para que las personas puedan comunicarse y participar en los programas de nuestra estación. Entrevistas, sondeos de opinión o un programa en vivo con un teléfono abierto son formatos que fortalecen la participación de diferentes voces en las radios. Nos ayuda a fortalecer el vínculo con nuestra comunidad, conocer las opiniones y puntos de vista de nuestro público.

Algunas herramientas y canales de comunicación que tenemos para que el público se comunique con la cabina son:

- Teléfono en cabina
- Mensajes de texto o de audio por chats como Whatsapp o Telegram
- Comentarios y mensajes a través de redes sociales vinculadas a la estación como Facebook o Twitter
- Correo electrónico de la estación
- Buzón de mensajes en la cabina
- Página web oficial de la estación
- Visitas en la cabina de la radio

4

EL EQUIPO DE COMUNICACIÓN

El equipo de comunicación es un elemento fundamental para el funcionamiento de la radio. Podemos tener las instalaciones y aparatos más bonitos pero sin gente que les de vida no van a funcionar. En el libro **Sembrando Voces 1** hemos visto como nos podemos organizar como equipo de comunicación.



El trabajo en la radio comunitaria puede dar mucha motivación y alegría. Es una experiencia que aumenta nuestras capacidades y conocimientos, nos hace crecer como personas y nos da herramientas para otras situaciones de la vida. Pero también puede ser un trabajo agotador, sobre todo si somos pocas personas en quienes recaen todas las responsabilidades y trabajos. Además, puede haber tensión si no logramos resolver conflictos internos o no atendemos nuestras necesidades y preocupaciones.

Es un gran reto conservar y mantener un buen equipo de comunicación, al mismo tiempo que intentamos lograr un equilibrio y cierta armonía entre las personas que formamos este equipo. Por esto queremos mencionar algunas reflexiones que pueden servir para preservar nuestra energía y no agotarnos, con el propósito de fortalecernos como equipo de comunicación y disfrutar el trabajo en colectivo.



4

Resolución de conflictos

Durante todas las etapas de nuestra vida es normal que vivamos conflictos y problemas con nosotrxs mismxs y las personas con las que nos relacionamos. Una radio comunitaria está hecha de diferentes personas que no siempre vamos a pensar lo mismo. Las experiencias, personalidades, expectativas y necesidades que tenemos influyen en nuestros puntos de vista y formas de pensar. Existen diferentes intereses, perspectivas y formas de trabajar que pueden causar desacuerdos y diferencias. Cuando no logramos ponernos de acuerdo nace el conflicto y tenemos el reto de resolverlo. Siempre han existido y van a existir los conflictos. De la actitud que tenemos dependerá cómo se resuelvan.

Podemos verlo con una actitud de competencia, como una batalla donde sólo podemos ganar o perder. La energía de nuestros grupos y de las personas la gastamos cuando buscamos debilitar, sacarle ventaja y vencer a nuestrx contrarix… hasta llegamos a cometer injusticias. De esta manera no se resuelve el conflicto sino que crece y se complica porque hay una parte que no salió satisfecha. Un conflicto no resuelto va a seguir afectando a nuestras relaciones con otras personas y nuestro propio bienestar.

Algunas actitudes negativas que empeoran los conflictos:

- No aceptar otras formas de pensar y hacer.
- Negar el conflicto, evadirlo o mantener un conflicto escondido. Cerrar posibilidades de diálogo y no escuchar a lxs otrxs.
- No tomar en cuenta las necesidades y realidades de otrxs.
- No resolver las causas de fondo que están provocando el conflicto.
-No respetar acuerdos, compromisos y responsabilidades.

"Si abrimos el corazón y nuestro pensamiento a escuchar y entender las razones del contrarix y, por su parte, el/ella escucha mis razones, el conflicto empezará a caminar por el lado positivo; y serán los primeros pasos que demos por el camino de la paz".
CORECO. *¿Qué es el conflicto?*

Una manera de resolver un conflicto es mirándolo de manera positiva, como una oportunidad de mejorar, aclarar las situaciones que lo provocan y encontrar soluciones en las que ambas partes estén de acuerdo. Con una actitud de colaboración entre las partes y con la idea que todas ganen; es decir, que no haya vencedorxs ni vencidxs. La energía del grupo y las personas se centra en buscar caminos de solución a los conflictos. Podemos buscar soluciones incluyentes, justas o creativas que beneficien a ambas partes y que nos fortalezcan como equipo y como personas.

Algunas actitudes positivas que resuelven los conflictos:

- Buscar el diálogo y aclarar los diferentes puntos de vista y posiciones.
- Hablar de los problemas que no se han expresado y buscar su raíz.
- Respetar los opiniones, necesidades y ideas de otrxs.
- Buscar todas las posibles soluciones.
- Encontrar soluciones de mutuo beneficio.
- No sembrar rumores o chismes a espaldas de alguien, sino buscar pláticas y aclaraciones directas.

Algunos conflictos los podemos prevenir si abrimos un espacio de diálogo frecuente en las reuniones del equipo de comunicación donde las personas pueden expresar las situaciones con las que no se encuentran cómodas. Otra forma de prevención es establecer principios y acuerdos como base de nuestro trabajo, también contribuye distribuir las tareas y responsabilidades de una forma equitativa. Si no podemos resolver un conflicto de forma positiva dentro de nuestro colectivo podemos pedir ayudar de alguna persona externa como mediadora.

Los conflictos nos muestran y confrontan con las contradicciones y desacuerdos que existen en nuestro grupo. Nos ayudan a aclararnos, conocernos mejor entre personas y encontrar una base colectiva de cómo nos relacionamos y convivimos para el bien de todxs. Además sirven para aclarar situaciones y establecer acuerdos de prevención para el futuro.

El autocuidado

Cuando empezamos nuestro camino como comunicadorxs comunitarixs tenemos mucho entusiasmo y compromiso y no pensamos mucho en el desgaste que esto implica, ni contamos con las herramientas para identificarlo y disminuirlo. A pesar de convivir diariamente en la cabina de la radio, difícilmente nos detenemos a hablar de otra cosa que la radio. Muy poco hablamos sobre nuestra vida personal, las cosas que nos preocupan y nos afectan emocionalmente. Muy poco reflexionamos sobre nuestra seguridad y la protección que nos damos de forma personal o colectiva. Esto puede llevarnos con el tiempo a cansarnos y desmotivarnos.

Los diversos riesgos a los cuales estamos expuestos, las situaciones de estrés o tensión en las coberturas y la violencia, opresión e injusticia que documentamos; nos afectan emocionalmente y con el tiempo también pueden causar formas de cansancio, depresión, angustia o enfermedad.

Cuando hablamos de auto-cuidado buscamos fortalecer nuestra salud mental y emocional mediante hábitos y prácticas que nos ayuden a conocer y manejar nuestros pensamientos y emociones (como la ansiedad o tristeza). Nos ayuda a entender cómo nos afectan en nuestra vida cotidiana y cómo podemos trabajarlos para que no nos destruyan.

> “A nivel colectivo, el auto cuidado es una práctica de auto-reflexión y acción concertada; es una acción política, un compromiso con el cuidado propio y en relación a las otras defensoras que nos permite coadyuvar a la permanencia de nuestros movimientos”.
>
> Iniciativa Mesoamericana de Defensoras de Derechos Humanos. *Travesías para pensar y actuar.*

Las cosas afectan de manera diferente a cada persona y las formas de manejar estas emociones son diferentes a cada quien. Sin embargo, nos puede ayudar el diálogo e intercambio con otrxs para reflexionar, ayudarnos mutuamente y fortalecer los lazos de solidaridad y empatía entre nuestro equipo de comunicación.

"El sentido político del auto cuidado solo puede ser posible en la dimensión colectiva, en la reflexión y acción que nos permite aprender a sentirnos acompañadas entre nosotras, en resistir y transformar desde la pertenencia a algo más que 'yo misma'. Es en este espacio colectivo que se ejerce el poder subversivo. Al mismo tiempo, una parte sustantiva para lograr el auto-cuidado es la propia transformación personal, la búsqueda por identificar las necesidades propias, los límites personales y sacar el máximo provecho de las herramientas y capacidades que tenemos. Es un doble camino que va en paralelo".

Iniciativa Mesoamericana de Defensoras de Derechos Humanos. *¿Qué significa el auto-cuidado para las defensoras de Derechos humanos?*

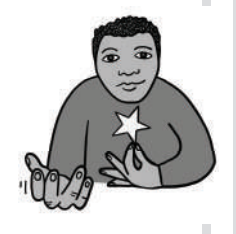
El autocuidado se debería de atender desde dos ámbitos:

El autocuidado individual. Se refiere a las actividades y hábitos que conformamos en nuestra vida personal, familiar y social a la que tenemos que brindarle un tiempo y atención.

El autocuidado de la colectividad. Se refiere a las acciones con las que la colectividad de nuestra radio aborda los temas del autocuidado. Pueden ser reuniones o talleres destinados especialmente al manejo de situaciones por las que estamos pasando por nuestro trabajo o en la vida personal. También se refiere a las medidas y acciones que adopta la colectividad para proteger y cuidar a sus compañerxs de manera consciente y organizada ante una situación de riesgo físico o emocional. La salud física y mental de nuestrxs compañerxs en la estación de radio es un tema que se debería trabajar en el equipo de comunicación, de igual manera debería hacerse con el bienestar de cada persona de la organización. Tendría que ser una apuesta colectiva.







Recomendaciones :

- Promovamos y practiquemos un plan de autocuidado y seguridad de manera colectiva e individual.

- Apártamos un rato cada día para pensar y hacer cosas que nos resulten agradables como pasatiempos, deporte o caminatas en la naturaleza.

- Ejercicios como la meditación, yoga o algún deporte pueden servir para crear un "espacio seguro" en la mente que nos permita escapar de las preocupaciones y encontrar calma cuando lo necesitamos.

- Practicar formas de gratitud personal ayuda a eliminar las hormonas del estrés excesivo.

- Identificar qué está bajo nuestro control y qué no. Guardar energía para las cosas importantes que están bajo nuestro control y dejar las otras.

- Mantener un balance entre nuestra vida personal y nuestro trabajo. Dedicar tiempo a relaciones personales y seres queridxs como amistades, familia, pareja, etcétera.

- Evitemos las "soluciones" rápidas como el alcohol y las drogas. Agregan más estrés al cuerpo, mente y bienestar general y empeoran las cosas.

- Respetemos, hablemos, escuchemos a nuestro cuerpo para ser conscientes de sus necesidades, límites y fortalezas.

- Pidamos apoyo y deleguemos responsabilidades.

AUTOGESTIÓN

Para mantener nuestra radio comunitaria al aire existen necesidades que sólo podemos cubrir con recursos económicos como: el pago del servicio de luz, la falta de cables de audio o conseguir repuestos para el transmisor. Cómo obtener estos recursos es un punto clave para garantizar la sustentibilidad de nuestra radio comunitaria.

Sabemos bien que no somos radios comerciales, entonces no podremos conseguir dinero y sacar grandes ganancias vendiendo publicidad a cualquier empresa que nos la ofrezca.

Entonces, ¿Cómo mantendremos nuestras radios? La fuerza y el sustento de la radio comunitaria es la organización comunitaria, la cooperación y colaboración entre la radio y la comunidad. La radio comunitaria es un servicio con un enfoque social y existen un sinfin de posibilidades de como la comunidad puede contribuir a este servicio y aportar a su sustentabilidad. Puede ser, por ejemplo, a través de la donación de productos (como comida) o a través del trabajo comunitario cuando se trate de pintar la cabina o limpiar el terreno donde está la radio.

Desde la radio comunitaria podemos impulsar diversas actividades para recaudar fondos. Aquí les mencionamos algunas ideas:

-La rifa de productos a través de la radio.
-La cooperación por mensajes o saludos.
-La recaudación de fondos en fiestas y bailes populares.
-Una campaña para recaudar donaciones.
-La grabación de grupos musicales.
-La transmisión de fiestas populares.
-La grabación y documentación de eventos familiares.
-Anuncios de negocios locales, como tienditas, pulperías o panaderias.
-Una tienda colectiva que apoya a la radio.
-La participación en actividades como mercados solidarios o espacios de resistencia política y cultural.

4

Para empezar tenemos que identificar cuáles son nuestras necesidades. Es probable que abarquen todo, desde los pagos de luz a la compra de equipos, hasta algún apoyo económico para personas que realizan trabajos en la radio.

Una vez identificadas las necesidades de la radio, podemos empezar a pensar diferentes maneras de trabajar en colectivo para lograr cubrirlas. Algunas de las necesidades las podemos cubrir en poco tiempo pero otras requieren de un trabajo de largo plazo (como la compra de equipo caro). Mientras vayamos planeando actividades dentro de nuestro equipo es importante hacerlo de una forma organizada para asegurarnos que logremos las metas y aprovechemos mejor los recursos que tenemos.

Lo siguiente es un ejemplo de este tipo de organización:

Actividad	Rifa de un pastel
Fecha	18 de septiembre
¿En qué va a consistir?	Se van a vender 100 boletos entre la audiencia para hacer una rifa de un pastel.
¿Qué recursos (humanos, económicos, materiales) hacen falta para lograrla?	Todo el equipo de la radio, 100 pesos para los ingredientes del pastel, los utensilios de cocina
¿Dónde podemos conseguirlos?	Carmen va a prestar su cocina para hacer el pastel, cada locutor o locutora aporta 10 pesos para comprar los ingredientes.
Responsabilidades y tareas	3 de septiembre: Reunión para planear la rifa: Todo el equipo de la radio. 4 de septiembre: Se hacen y fotocopian los boletos para la rifa: Juanito Del 5 al 18 de septiembre: Lxs comunicadorxs venden los boletos para la rifa: Todo el equipo de la radio 17 de septiembre: Se cocina el pastel: Carmen y Pedro 18 de septiembre: Rifa en la radio: Amalia y Juanito 20 de septiembre: Compra de la grabadora: Filomena
Cantidad que se espera recaudar	1000 pesos (cada locutor o locutora venderá 10 boletos a 10 pesos cada uno)
¿Para qué se ocupa el dinero?	Compra de una grabadora digital

Rifas, ventas y fiestas son actividades muy comunes pero también podemos forjar alianzas estratégicas con otras organizaciones que promuevan el apoyo mutuo u otras oportunidades para la autogestión.

No existe una fórmula que nos diga cuáles son los pasos concretos para gestionar nuestro proyecto de comunicación ¡Sólo nos queda ser creativxs! Para ello podemos buscar nuevas ideas e ir poniéndolas en la práctica para ver si funcionan. Uno de los puntos más importantes será la evaluación, donde nos juntamos todxs después de realizar una actividad para reflexionar sobre cómo nos fue. Después de la actividad habrá que preguntarnos:

¿Cuánto dinero se recaudó?	830 pesos
¿Qué salió bien?	Todo el equipo se puso pilas para vender los boletos y el pastel salió muy bien
¿Qué se puede mejorar?	Hacer más promoción de la rifa a través de la radio y vender los boletos más baratos, porque no se vendieron todos. Pensar en nuevas cosas para rifar.





CAMPAÑAS RADIOFÓNICAS

En este apartado vamos a conocer lo que es la campaña radiofónica, es decir, la estrategia que nos sirve para difundir uno o varios mensajes sobre el mismo tema. Una campaña radiofónica está formada por un grupo de diferentes formatos radiofónicos que apuntan todos al objetivo de difundir un mismo mensaje. A través de su transmisión intercalada en la programación de nuestra radio logramos que se vaya generando conciencia o informando acerca de este tema que nos interesa.

No es sólo hacer una cuña, una entrevista, o platicar una vez en un programa sobre determinado tema; sino que se trata de combinar los diferentes formatos que conocemos para asegurar que nuestro mensaje va calando, que se va quedando en las mentes de nuestra audiencia.

¿Alguna vez viste o escuchaste la campaña de un político? Meten publicidad por todos lados: en la tele, en la radio, en anuncios panorámicos, en paredes de la ciudad, en calcomanías que pegan por todos lados, en vasos, camisetas y gorras que nos regalan cuando vienen a hacer campaña a nuestra comunidad, ¡sólo falta que la metan en el papel de baño! Sea verdad o sea mentira, los políticos utilizan cualquier estrategia promocional con tal de ganar poder. Generalmente, las campañas son así, un "bombardeo" constante para promocionar una idea. Repiten y repiten consignas buscando que el público obedezca a ellas. Ahora, nosotrxs como comunicadorxs populares no queremos clientes ni buscamos votos. Nuestra tarea es crear reflexión y para ello nuestras campañas deben ser educativas y movilizadoras. En nuestras radios comunitarias queremos que la gente piense con su propia cabeza de forma crítica, que se convenza y exija sus derechos.



Para hacer una buena campaña radiofónica podemos seguir estos pasos:

Identificar el tema:
Lo primero que debemos hacer es identificar qué queremos abordar o qué problema queremos resolver. Por ejemplo: en el centro de salud de la comunidad no hay nadie que proporcione información acerca de la anticoncepción. Este podría ser el tema o problema que abarque la campaña. ¿Qué queremos lograr? ¡pues que la situación cambie!, que haya más conocimiento sobre los derechos sexuales y reproductivos.

Una campaña tiene que abordar problemas que tengan solución y como lo único que no tiene remedio es la muerte, ¡podemos hacer campaña para prácticamente cualquier cosa! A grandes problemas, grandes soluciones. Sugerimos seguir los siguientes pasos:

Investigar el problema: ¿Por qué no hay más información acerca de la anticoncepción?, ¿Es un tema tabú? ¿La salud de las mujeres y lxs jóvenes no es una prioridad? ¿No hay personas capacitadas para dar información sobre el tema? Las causas pueden ser varias y es importante que las conozcamos para dar con verdaderas soluciones; sino vamos a estar dando palos a ciegas.

Definir el público: ¿A quiénes afecta el problema? ¿Quiénes son lxs responsables del mismo? ¿A quiénes vamos a dirigir nuestra campaña? Una campaña no conmoverá a todo el mundo.
Por ejemplo: En una campaña de concientización sobre la anticoncepción nuestro público serían mujeres y hombres en edad reproductiva.

Producir la campaña: Ahora sólo falta definir entre los formatos de producción radiofónica que ya conocemos y cuáles vamos a usar (cuñas, programas, noticiero, postal sonora, etc.).

¡Pasarla al aire!: Hay que pensar cuánto tiempo va a durar nuestra campaña y la frecuencia con que cada una de las producciones que hicimos aparecerán en la programación de nuestra radio. Una vez definido esto, ahora sí, ¡a pasarla al aire!

4

Antes de iniciar la campaña radiofónica, hay que plantearse como equipo de comunicación algunas cosas:

¿Qué mensaje queremos transmitir?	
Título de la campaña:	
¿A quién esta dirigido nuestra campaña? El público:	
¿Qué esperamos lograr con nuestra campaña? Objetivos:	
¿Con qué elementos contamos para hacer nuestra campaña?	
Formatos que vamos a trabajar:	

De igual manera, es importante calendarizar el tiempo para poder cumplir con los objetivos de nuestra campaña:

Actividad	**Tiempo**	**Responsable**
Investigación del tema	Tercera semana de mayo	Juana
Grabación de una serie de cinco cuñas dramatizadas sobre la importancia de ahorrar agua	Cuarta semana de mayo	Juana y Andrés
Transmisión de las cuñas	Todo el mes de junio.	Equipo de comunicación de la radio
Cuatro Programas especiales	Todo el mes de junio, una vez por semana	Juana, Andrés y Lupita
Grabación de entrevistas sobre el tema con gente de la comunidad y personas expertas	Cuarta semana de mayo	Lupita
Transmisión de las entrevistas	Todo el mes de junio	Equipo de comunicación de la radio
Búsqueda de música sobre el tema del agua	Tercera y cuarta semana de mayo	Lupita

Como vemos en estas tablas, la campaña tiene una duración de un mes (junio) pero ya desde mayo el equipo de comunicación (que destinó al trabajo en esta campaña a tres de sus locutorxs) está planeando el trabajo de producción. Esto es muy importante a la hora de plantearnos hacer una campaña radiofónica porque ya no estamos pensando hacer sólo una cuña o una entrevista. Se trata de estar produciendo simultáneamente muchos materiales radiofónicos para luego inundar (nunca mejor dicho, para una campaña sobre el agua) nuestra programación con ellos.

Podemos coordinar y elaborar campañas entre varios medios comunitarios y organizaciones aliadas que están interesadas en el mismo tema. Así podemos juntar esfuerzos y ampliar la difusión de nuestro mensaje.

¡OJO! No olvidemos las demás herramientas que tenemos como equipo de comunicación. Una campaña no tiene que ser limitada a la radio; también podemos aprovechar los periódicos murales, plantillas, volantes, noticias y demás herramientas de la comunicación popular para difundir nuestro mensaje. Y no olvidar a la difusión en Internet y redes sociales.



4

COBERTURAS ESPECIALES

Ya hemos visto varias herramientas de la comunicación popular que sirven para fortalecer nuestras radios, organizaciones y comunidades a través de una comunicación desde y para los pueblos. Ahora, cuando hay asambleas, foros o encuentros grandes, ¿Cómo podemos organizarnos y usar todas estas herramientas para hacer una cobertura especial, dando a conocer todo lo que sucede en estos espacios?

Organicemos nuestra cobertura

Queremos hablar un poco sobre algunas estrategias para maximizar la diversidad de voces e imágenes presentes en estas ocasiones. Un ejemplo: si tenemos un equipo de seis personas para cubrir un foro donde hay varias mesas trabajando de forma paralela, ¿nos serviría que todo el equipo se concentre en grabar una sola mesa? Pensamos que no, porque siendo un equipo pequeño realmente no nos ayuda tener seis audios con el mismo contenido; en cambio, si nos repartimos mejor, tendríamos la posibilidad de diversificar las voces y los sonidos transmitidos desde estos lugares. Como medios comunitarios la colaboración y la solidaridad son dos formas más que nos diferencian de los medios comerciales que premian el individualismo.

¿Cómo nos podríamos organizar para cubrir un día de actividades como este?:

Encuentro por la defensa del territorio:

8:00 a.m. a 9:00 a.m.	Llegada e Inscripción
9:00 a.m. a 11:00 a.m.	Bienvenida y Primera Plenaria
11:00 a.m. a 11:30 a.m	Refacción y Preparación para Mesas
11:30 a.m. a 1:30 p.m.	Mesa I – Territorio y Cultura / Mesa II- Defensa del territorio
1:30 p.m. a 2:30 p.m.	Almuerzo
2:30 p.m. a 4:00 p.m	Mesa III – Mineras, Hidroeléctricas y Territorio Indígena y Negro/ Mesa IV- Estrategias ante el despojo.
4:00 p.m. a 4:30 p.m.	Descanso y Preparación para Plenaria
4:30 p.m. a 6:30 p.m.	Conclusiones de Mesas, Declaración y Plenaria Final
7:00 p.m. adelante	Noche Cultural

El trabajo de hacer una cobertura tiene que empezar antes que inicie el evento; preparando cuñas radiales, haciendo difusión por Internet, a través de afiches y volantes o haciendo programas de radio sobre el tema del evento. Además, si tenemos pensado hacer transmisiones en vivo, podemos avisar e invitar a otras radios para que retransmitan. Tenemos que ponernos de acuerdo con estas radios para que estén al tanto para hacer un enlace en FM o AM durante el evento. Al acercarse las fechas del evento, tenemos que pensar en cómo organizarnos entre el equipo de comunicadorxs comunitarixs para cubrir todas las actividades.

Para hacer esto nos sirve primero definir en qué medios vamos a estar trabajando (audio, foto, texto y/o vídeo), repartiéndonos en grupos de afinidad por medio, para luego repartirnos durante el evento:

Texto: Juan, Violeta
Foto: Esperanza
Audio: Sofía, César, Andrés
Video: Filomena y Felipe

Además, supongamos que queremos hacer una transmisión de radio en vivo durante el transcurso del día, entonces también tenemos que hacer un horario de transmisión y repartirnos los turnos para cubrirlo (¡igual que la programación en nuestras radios!). Una vez que cada quien tiene identificado el horario en el que tiene que cubrir la transmisión, ahí cada equipo se puede organizar para asegurar que estén cubriendo todo, incluso cuando hay actividades simultáneas como las Mesas I y II, y las Mesas III y IV.

El programa del encuentro nos puede ayudar a identificar los espacios que podemos aprovechar para entrevistar a las personas. Un buen momento para hacer las entrevistas son los espacios de descanso pues la gente está más disponible para platicar.

Una vez que nos repartamos la cobertura, tenemos que pensar en nuestra estrategia de difusión, ¿cómo y a través de qué medios vamos a difundir el material que estamos recogiendo? Ya mencionamos transmisión en vivo pero no nos olvidemos de los otros recursos que tenemos para dar a conocer estos eventos en nuestras comunidades: el boletín escrito, el periódico mural, los programas de radio y nuestras páginas del Internet o redes sociales que nos permiten publicar nuestro material.

4

Organizar nuestro material

Un aspecto fundamental para una cobertura especial como la que mencionamos antes es cómo decidimos organizar o sistematizar nuestro material (audios, fotos, textos y vídeos). Estas coberturas tienen dos objetivos principales. El primero es dar a conocer de forma inmediata la palabra de nuestros pueblos, esto se puede lograr a través de una transmisión en vivo. Y el segundo objetivo es la sistematización del material recogido que formará parte de la memoria histórica de las luchas de nuestros pueblos. Por eso le damos tanta importancia a procesar, nombrar y guardar nuestro material de forma ordenada para que en un futuro sigamos teniendo acceso a él.

Muchas de las entrevistas, discusiones y discursos que podríamos recoger de este encuentro pueden servirnos para generar material nuevo, ya sea impreso, escrito o radial. Todo ello para seguir hablando de temáticas como la defensa del territorio en nuestras comunidades. Es fundamental saber cómo y dónde vamos a encontrar el material cuando queremos hacer, por ejemplo, un boletín, una cuña o un programa radial; tanto como saber organizarlo bien para que en un futuro podamos volver a usarlo si nos hiciera falta. Es recomendable acordar previamente a la cobertura entre lxs comunicadorxs comunitarixs involucradxs en la cobertura la forma en que se va a registrar los diferentes materiales. Así de una vez cada quien usa el mismo formato de registro, al final es más fácil de identificar y juntar todos los materiales.



Centros de medios independientes

En los años noventa se empieza a articular una red internacional de medios independientes, alternativos y comunitarios que se basan en los principios de colaboración y solidaridad con las comunidades y los pueblos en lucha. En eventos grandes, manifestaciones u otros eventos importantes para los movimientos, se empezaron a formar Centros de Medios Independientes (CMI). Se trata de espacios de convergencia donde gente de distintas radios, comunidades y colectivos pueden organizarse entre ellxs para realizar coberturas colaborativas y más contundentes. Así, en vez de tener cinco o diez copias del mismo audio o vídeo, entre todxs nos repartimos el trabajo y en conjunto logramos una cobertura más completa.

Los CMI se basan en los mismos compromisos y principios que nuestras radios y proyectos de comunicación comunitaria. No se manejan grandes presupuestos y no pretenden fomentar el individualismo o la competencia entre comunicadorxs; por el contrario crecer en solidaridad, apoyo mutuo y colaboración hacia un solo objetivo: dar a conocer las voces de los movimientos y de nuestros pueblos. Incluso, más allá de eventos grandes, la red de Indymedia fue una articulación importante en el movimiento de comunicación popular ya que conectó diversas iniciativas de medios de distintas partes del mundo, potenciando estos proyectos individuales en un esfuerzo y espacio común. El trabajo de red ha sido un tema transversal para los medios comunitarios porque sabemos que, para nuestras luchas, la unión y la comunicación hacen la fuerza.





LAS TRANSMISIONES COLECTIVAS O CADENAZOS RADIOFÓNICOS

Se llama cadenazo porque diferentes radios funcionan en cadena. Son como las cadenas de información que retransmiten mensajes del gobierno en las radios comerciales, donde en varias radios se transmite el mismo programa durante unos minutos. Pero en los cadenazos de las radios comunitarias participamos todas las estaciones con un propio programa; es por esto que dura normalmente varias horas donde cada radio comunitaria se responsabiliza de una parte de la programación y las demás radios lo retransmiten.

Los cadenazos radiofónicos son muy útiles para visibilizar y analizar problemáticas y luchas locales y entrelazarlas entre distintos territorios a nivel nacional o internacional. Son una manera para que nuestros programas lleguen a una audiencia mucho más grande. Los problemas y realidades muchas veces tienen un enfoque local y hablan desde las experiencias en los territorios. Así, a través de la participación desde diferentes geografías se fortalece el intercambio, la solidaridad y el apoyo mutuo entre nuestras luchas. La diversidad muestra de una manera más amplia las cosas que nos afectan y que compartimos en diferentes lugares en el mundo. Existen cadenazos radiofónicos que se convocan por coyunturas o temáticas actuales, algunos que se generan por fechas de conmemoraciones históricas y los que se realizan para apoyar algún movimiento social o cultural específico. Un cadenazo radial puede formar parte de una campaña más amplia y se puede vincular con otras acciones y materiales de difusión sobre un mismo tema.

La base de un cadenazo radiofónico es la organización y coordinación entre varias radios comunitarias o colectividades. Generalmente están impulsados por una radio comunitaria o organización que convoca a más radios para sumarse a la propuesta.



Preparación

La transmisión por Internet hace posible que podemos enlazarnos entre radios comunitarias de diferentes geografías y es la base técnica de los transmisiones colectivas. Necesitamos un punto de montaje para la transmisión central. La forma que ha funcionado mejor es tener un grupo de personas o equipo de comunicadorxs que maneja la transmisión central y se enlaza con cada radio en turno. Es como una estación temporal de radio por Internet que retransmite los programas en vivo de diferentes radios comunitarias. Para la coordinación con las radios participantes es muy útil tener un grupo de chat que permite estar en constante contacto durante la transmisión.

Los cadenazos requieren un esfuerzo de coordinación y co-responsabilidad y una organización y operación técnica muy certera. No son cosas tan complicadas y la mejor forma es aprenderlas a través de la experiencia y la práctica.

Para organizar un cadenazo es necesario coordinar previamente los siguientes puntos

- Acordar un tema y definir una fecha para la transmisión.
- Invitar a otras radios comunitarias para sumarse, puede ser a través de programas en vivo o programas pre-grabados.
- Coordinar y organizar la barra programática entre todxs.
- Coordinar y organizar los aspectos técnicos para la realización del cadenazo. Como tener un punto de montaje para la transmisión central.
- Difundir y promover previo al cadenazo la barra programática y la fecha.
- Para esto hace falta elaborar cuñas o afiches que lo anuncien.
- Juntar en los días anteriores los materiales pre-grabados para tenerlos a la mano y los distintos enlaces de las programaciones en vivo.
- Buscar música y producciones radiofónicas como historias dramatizadas o cuñas que podamos usar durante el cadenazo.





Recomendaciones :

Definir bien los horarios y tiempos de las diferentes participaciones. Es recomendable hacer bloques de media hora, una hora o dos horas que terminen con una canción para facilitar la transición de una radio a otra.

Respetar los tiempos. El tiempo que nos pasamos retrasa la programación y quita tiempo de las demás participaciones.

Tener algunos programas pre-grabados en el caso de que haya problemas técnicos en la conexión con alguna de las radios. También es útil tener una lista de canciones o producciones radiofónicas que podamos usar para rellenar espacios.

Tener un grupo de chat para coordinarse entre las radios. Avisar unos minutos antes a la próxima estación para asegurar que esté lista para entrar.

El lugar desde cual se lanza la transmisión central tiene que contar con buena conexión de Internet. Para asegurar una transmisión sin interrupciones las radios que participan también deberían tener buena conexión, pero esto no quiere decir que no podamos participar en un cadenazo si no tenemos Internet. Podemos elaborar programas pre-grabados o pensar en otras soluciones, como participar a través de una llamada telefónica. Frente de las limitaciones técnicas hay que ser creativxs.

Dividir las responsabilidades. Un cadenazo requiere mucho trabajo de coordinación y preparación. Es importante no poner todo el trabajo y las responsabilidades en las mismas personas sino repartirlas. En cadenazos de varias horas se pueden establecer diferentes turnos en el manejo y la administración de la transmisión central.

No entrar en pánico si algo no funciona. La transmisión colectiva entre varias radios es un reto y su buen funcionamiento depende de muchos factores. Algunos de estos factores, como apagones de luz o la caída de la conexión de Internet no los podemos controlar. Lo que si podemos hacer tener un plan ante estas eventualidades para estar preparadxs en el momento que sucedan.

LA SEGURIDAD EN NUESTROS MEDIOS COMUNITARIOS

Lxs comunicadorxs comunitarixs y nuestros medios trabajamos bajo un contexto de riesgo. Las luchas que acompañamos y los temas que tratamos muchas veces confrontan los intereses de grupos poderosos y actores violentos. En muchos países el marco legal, en lugar de proteger y respaldar nuestros derechos a la comunicación, ha servido para obstaculizar la comunicación comunitaria y generar represión o persecución. Es importante conocer, hablar y analizar los riesgos y amenazas que enfrentamos como comunicadorxs y medios comunitarios. Identificar estos riesgos nos permite organizarnos para reducirlos, encontrar nuestras fortalezas individuales y colectivas, estar preparadxs para las emergencias y manejar los miedos o preocupaciones con mejor seguridad.

Algunos de los riesgos que enfrentamos pueden ser:

Agresión física: Es la violencia física por parte de las fuerzas de seguridad estatal, paramilitares o personas civiles en contra de nuestros cuerpos, equipos y aparatos de trabajo o las instalaciones de nuestros medios.

Detenciones: El arresto o detención de comunicadorxs. Pueden ser detenciones momentáneas por parte de la policía o arrestos y cárcel como resultado de la criminalización.

Incautación de material de trabajo o equipo: incautar material o equipo, exigir que borremos contenidos es una acción ilegal por parte de la policía o los cuerpos de seguridad. Muchas veces es material que permitiría sustentar, por ejemplo, una denuncia pública de violaciones a los derechos humanos por parte de la policía.

Intimidación, amenazas y hostigamiento: Pueden ser una amenaza en forma verbal y personal, por teléfono, cartas escritas o cualquier otra forma. Las amenazas muchas veces interfieren en la vida personal, amenazado a familiares o arremetiendo contra las propiedades de un/a comunicador/a (como su vivienda). Son formas de intimidación: la negación de acceso a edificios o espacios públicos, inspecciones fuera de rutina por parte de las fuerzas de seguridad o la vigilancia.

Sabotajes: Pueden ser daños causados a nuestras instalaciones o cortes de luz que interrumpen las transmisiones.

Criminalización: Son demandas por daños y perjuicios, querellas por calumnias e injurias o delitos contra el honor y la honra que pueden terminar en sentencias de prisión o en pago de indemnizaciones. La criminalización además busca minimizar o mermar la credibilidad de nuestro trabajo. El contexto de ambigüedad y la corrupción en el sistema de justicia hacen de la criminalización una amenaza cada vez más frecuente a la que nos enfrentamos.

Allanamiento a nuestras instalaciones: El contexto jurídico (como el no reconocimiento legal de nuestras radios comunitarias) hacen posible que autoridades estatales justifiquen un allanamiento de nuestras instalaciones.

Asesinato de comunicadorxs: El riesgo que lxs comunicadorxs corren actualmente es similar al de otrxs luchadorxs sociales que se encuentran en riesgo por la información que ellxs manejan y la capacidad de denunciar injusticias. El asesinato es el extremo de una serie de situaciones de hostigamiento y persecución. En algunos casos comunicadorxs han perdido sus vidas a causa de represión y violencia durante las coberturas.



¡OJO! Es importante reconocer la existencia de riesgos e impactos diferentes entre hombres y mujeres. Las mujeres enfrentamos además a otro tipo de riesgos y amenazas que atentan contra nuestra integridad personal, como las agresiones de carácter sexual. También hay diferentes riesgos entre los contextos urbanos y contextos rurales o comunitarios.

Existen herramientas que ayudan a analizar y reducir los riesgos y amenazas. Estos protocolos nos permiten actuar en una forma más coordinada y rápida en casos de emergencias. En nuestros medios muchas veces no ponemos mucha atención a estos protocolos, pero es muy importante tenerlos y mantenerlos actualizados para no tener que improvisar en el mero momento de la emergencia. La organización Artículo 19 ha preparado algunas infografías y guías que comparten en su sitio web: https://seguridadintegral.articulo19.org/guias/

Aquí queremos mencionar algunas:

- **Protocolo de seguridad:** Un protocolo de seguridad es un plan que establece mecanismos y formas de actuar para prevenir y enfrentar amenazas así como para tener acordadas reglas mínimas de comportamiento que todas las personas adoptarán para minimizar riesgos. https://seguridadintegral.articulo19.org/wp-content/uploads/2020/11/art19_2020_infografia-ProtocoloSeguridad-1.pdf

- **Registro de amenazas:** Una bitácora de incidentes es una herramienta muy útil para documentar y registrar incidentes de seguridad, analizar riesgos y prevenir amenazas. https://seguridadintegral.articulo19.org/wp-content/uploads/2020/11/art19_2020_infografia-BitacoraIncidentes.pdf

- **Protocolo de emergencia:** Una guía de preguntas para elaborar un protocolo de actuación en casos de emergencias. https://seguridadintegral.articulo19.org/infografias/casos-de-emergencia/

- **Hoja de vida:** Un formato de información esencial para que en tu colectivo, medio u organización se cuente con información vital en caso de que alguna persona sufra un incidente. https://seguridadintegral.articulo19.org/wp-content/uploads/2020/10/art19_2020_infografia-HojaDeVida.pdf

Cuidarnos en coberturas

Para coberturas de riesgo, como manifestaciones o desalojos, es importante de medir los riesgos que implica para nosotrxs como comunicadorxs. Como personas y colectivo deberíamos analizar estos riesgos y tener estrategias y acuerdos para reducirlos.

Antes de una cobertura:

- Cuidemos todos los asuntos personales y no laborales antes de salir a una cobertura. Esto ayuda a reducir la ansiedad o el estrés en el campo.
- Seamos conscientes de nosotrxs mismxs y tengamos claras nuestras fortalezas y debilidades. Establezcamos objetivos y expectativas que podamos cumplir. Practiquemos el decir NO si algo nos hace sentir incomodx o demasiado riesgoso.
- Tengamos en cuenta nuestrxs necesidades básicas (sueño, hidratación y alimentación), especialmente si no sabemos cuánto tiempo durará la cobertura.
- Nos reunimos como equipo de comunicación para ponernos de acuerdo sobre la cobertura, analizar los riesgos, repasar nuestro plan de emergencia y formar una red de monitoreo.
- Preparamos nuestro equipo como camera, grabadora o celular y alistamos una mochila con las cosas que llevamos a la cobertura. (agua, lápiz, libreta para apuntes, pilas extras, cargador para celular, etc.)

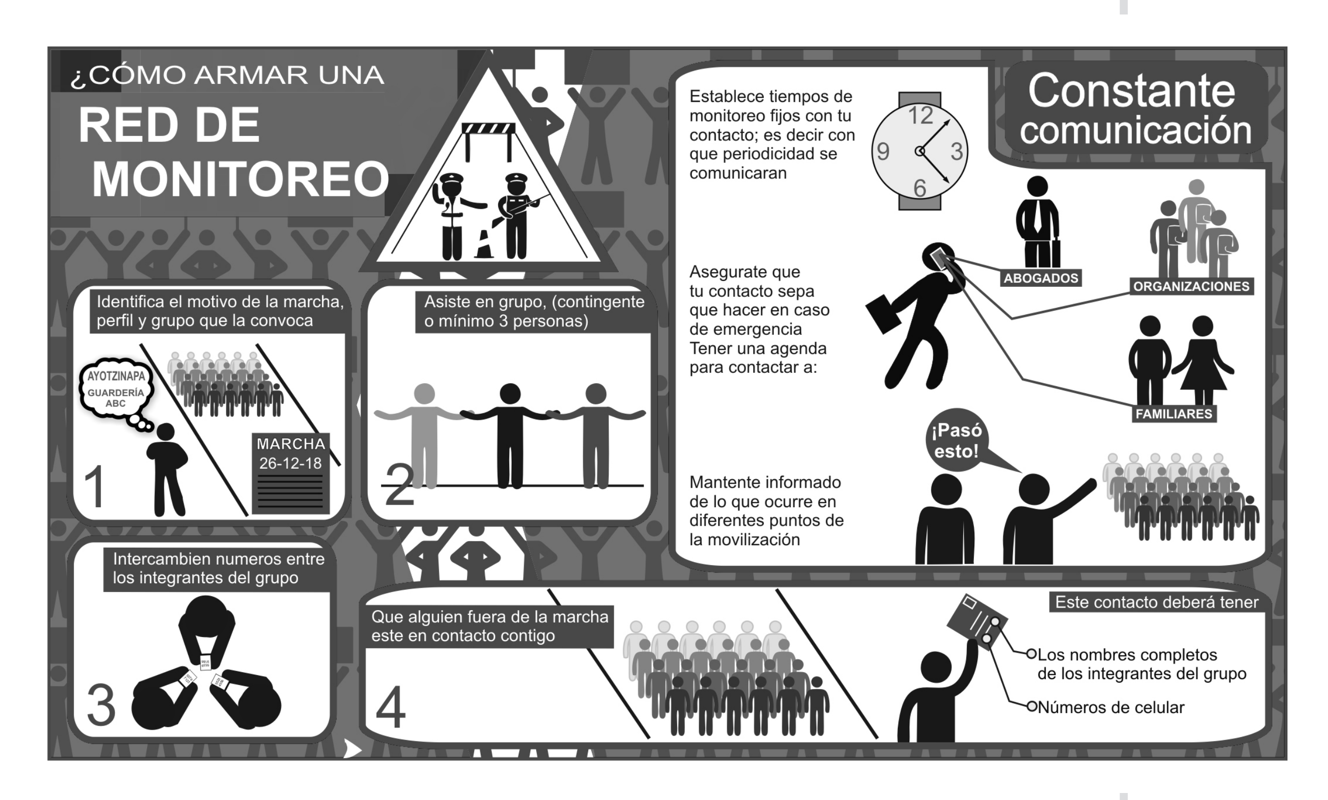
Durante una cobertura:

- Trabajamos y documentamos en grupos de dos personas para que mientras una graba, la otra puede vigilar el entorno.
- Tengamos en cuenta que los sentimientos de miedo, enojo, adormecimiento emocional y las diferentes sensaciones en nuestro cuerpo son normales. Todas las personas las sentimos cuando estamos bajo estrés. Mantenemos la calma y evitemos reacciones y acciones de pánico.
- Siempre llevemos agua potable. Ayudará a mantenernos hidratadxs y a "refrescarnos" en momentos de estrés extremo, alta adrenalina o ansiedad. Si es posible, hagamos una pausa y respiremos profundamente.

- Nuestra seguridad es lo más importante cuando estamos en una cobertura. Esto significa que las decisión que tomemos para mantenernos a salvo (individual y colectivamente) no deben generarnos vergüenza ni culpa. ¡Cuídate y cuida a tus compañerxs!
- Mantenemos la comunicación con nuestra red de monitoreo.

Después de una cobertura:

- No sentirse "normal" después de una cobertura estresante o traumática es completamente normal. Expresemos y compartamos nuestras experiencias con el resto del equipo.
- Permitirte ventilar tus emociones, puedes hablar de tu experiencia con amistades o colegas, escribirlo en un diario, etcétera.
- Dediquemos tiempo a nuestro bienestar psico-social después de una cobertura. Abordemos activamente el estrés, el agotamiento o el trauma; busquemos ayuda profesional si es necesario.



* Infografía de Brigada Humanitaria de Paz Marabunta

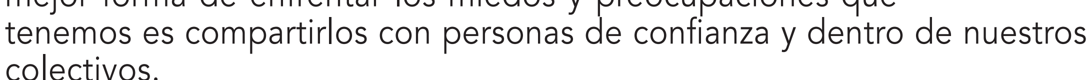
4

ESTRATEGIAS DE SEGURIDAD COMUNITARIAS

Para enfrentar estos riesgos es importante analizarlos, elaborar protocolos y estrategias preventivas para reducirlos. También será útil hacer protocolos de emergencia, planes de protección para poder actuar de manera rápida y eficaz en casos de emergencia.

Los riesgos impactan en tres niveles y las medidas de protección deberían tomar en cuenta estos tres ámbitos. La seguridad y el cuidado de las personas, de la colectividad y el cuidado comunitario. Estos tres ámbitos se entrelazan y no es posible separar el ámbito personal del colectivo o lo comunitario. Es importante analizar y trabajar el tema de la seguridad en un proceso colectivo y participativo que tome en cuenta las experiencias, debilidades y fortalezas tanto individuales como colectivas para encontrar responsabilidades y acuerdos en común que respondan a las necesidades reales. La mejor manera de fortalecer nuestra seguridad es fortalecer nuestro proceso organizativo.

- **Ámbito personal**: La seguridad personal y nuestro cuerpo, el primer territorio a defender. Es el territorio donde sentimos las emociones y las afectaciones que causan las situaciones de riesgo o violencia; afectaciones que pueden causar presiones, impotencia, desesperación, miedo, inseguridad o crisis. Para que nuestro medio comunitario esté bien es imprescindible que los individuos que formamos el colectivo estemos bien. Esto implica, tanto medidas de seguridad personal para prevenir agresiones físicas, como el autocuidado emocional. "Personal" no quiere decir que tengamos que trabajarlo de manera individual, la mejor forma de enfrentar los miedos y preocupaciones que tenemos es compartirlos con personas de confianza y dentro de nuestros colectivos.



- **Ámbito colectivo:** Es la organización entre las personas que integramos el medio comunitario, donde se asume la co-responsabilidad, acuerdos y compromisos de acción y estrategia entre los integrantes. La seguridad colectiva se construye entre las personas que participan en el medio comunitario.

- **Ámbito comunitario:** Es el vínculo de nuestro medio con nuestro alrededor, con las comunidades donde estamos situados y el público y la audiencia que tenemos. Las comunidades son las que nos dan legitimidad a nuestros medios y son el respaldo más fuerte que tenemos.

La comunicación y la radio comunitaria son una herramienta y parte importante en las estrategias de seguridad comunitaria. Pero por su trabajo, la visibilidad y el impacto que tienen son al mismo tiempo un objetivo de ataques y agresiones. El análisis de los riesgos, su prevención y el cuidado de los comunicadorxs y instalaciones de nuestros medios tiene que estar contemplado en las estrategias de seguridad comunitaria. Es importante analizar los temas de seguridad y protección con las personas que habitan en nuestras comunidades y establecer estrategias de seguridad comunitaria.

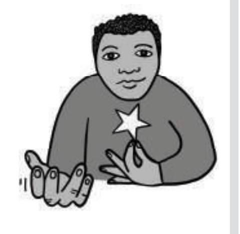


> "Entendemos la Seguridad Comunitaria como un proceso continuo que garantice condiciones colectivas para llevar a cabo el ejercicio de la defensa de los Derechos económicos, sociales y culturales, mediante una serie de estrategias y capacidades que posibilitan la salvaguarda de la integridad física, psicológica, colectiva y comunitaria de las defensoras y los defensores en el territorio que habitan".
>
> ProDESC. *Seguridad comunitaria y territorio*

La construcción de mecanismos de protección y seguridad es un gran reto que va a requerir mucha atención. Es algo necesario en el contexto que enfrentamos como medios comunitarios. Nos sirve para conocer mejor los riesgos y amenazas que enfrentamos con el fin de poder prevenirlos. La seguridad es un tema que se trata en las alianzas y redes de medios comunitarios porque es algo que nos toca a todxs; las alianzas y las respuestas colectivas son una parte fundamental en nuestra estrategia de seguridad. Los vínculos e intercambios que tengamos con otros colectivos u organizaciones aportan conocimientos y experiencias, al mismo tiempo que generan mejores condiciones o apoyo para prevenir y enfrentar problemas de seguridad.







Recomendaciones :

Algunas preguntas y apuntes que nos ayudan a elaborar una estrategia de seguridad:

- ¿Cuáles son nuestras fortalezas y debilidades en situaciones de riesgo?

- ¿Cuáles son los actores hostiles a nuestro trabajo y cuales los sectores aliados con nuestro trabajo?

- ¿Cuáles son las situaciones de riesgo que enfrentamos?

- Considerar el acompañamiento de una organización de Derechos Humanos o de defensa de periodistas y la libertad de expresión.

- Establecer las medidas de seguridad más eficaces que correspondan al entorno local y las necesidades reales de nuestro trabajo y las personas que conformamos la colectividad.

- Valorar la protección o la pérdida de equipo en situaciones previsibles.

- Valorar la manera de actuar en caso de que uno o más miembros de la estación de radio sean detenidxs o pudieran encontrarse heridxs.

- Tener un directorio de contactos de emergencia.

- Contar con un botiquín básico en la estación de radio y en las coberturas.

- Contar con un fondo económico que pudiera ayudar en el caso de que se presente una emergencia.

- Todas las personas que conforman nuestro medio comunitario tienen que conocer y estar de acuerdo con la estrategia de seguridad.

Evaluar, revisar y actualizar frecuentemente nuestra estrategia de seguridad es importante para mantenerla vigente y eficaz.



5



PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS



LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDO PARA LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA

En el libro de **Sembrando Voces 1** hemos ido conociendo paso por paso todos los elementos del circuito de producción: desde reuniones y/o lluvia de ideas hasta pasar al aire con la producción ya terminada. Hemos visto que este circuito es cíclico, que después de terminar una producción nos autoevaluamos para identificar cómo seguir mejorando nuestro trabajo. ¿Qué hacemos bien? ¿En qué podemos mejorar?



En el anterior manual conocimos formatos radiofónicas como la identificación, la cuña, la noticia popular, la entrevista y el sondeo de opinión. Sabemos que la edición no sólo se hace en una computadora, sino que también existe la edición en caliente donde realizamos el mismo proceso de elegir y ordenar los distintos ingredientes –palabra, música, sonidos ambientales y silencio– pero en vivo, es decir, mientras grabamos. Ahora conoceremos algunos formatos radiofónicos más complejos, los aparatos que usamos en la cabina, la edición digital con la computadora y otras herramientas útiles para el trabajo en la radio comunitaria.

¡OJO! Hemos hablado de la importancia de armar un guion, es decir un mapa que nos oriente qué elementos queremos incluir en la grabación y en qué orden queremos que aparezcan. Si el guion es importante para producciones sencillas como las cuñas, es aún más fundamental para producciones largas. Hay muchas formas de elaborar un guion, pero lo importante es que nosotrxs entendamos qué queremos hacer. Así, a la hora de grabar (edición en caliente) o de sentarnos a editar en la computadora (edición digital) sepamos precisamente cómo vamos a armar nuestra producción.

LA CREATIVIDAD EN LA RADIO

En el libro de **Sembrando Voces 1** hemos visto, de forma introductoria, distintas herramientas de la comunicación popular y la radio comunitaria con la idea de que ustedes las vayan llevando a la práctica en cada lugar. A través de esta misma práctica vamos experimentando, nos equivocamos, y así aprendemos cómo usarlas, cuándo, dónde y para qué. Pero más importante es reconocer que estas herramientas por si solas –sea una grabadora, computadora, papelógrafo o la misma cabina de radio–, no sirven de nada.

Nosotrxs somos los y las que les damos vida. Ahora queremos ir un paso más allá, soltarnos, gritar, reír y empezar a imaginar todo lo que se puede hacer con estas herramientas e ingredientes. ¡Queremos ser creativxs!





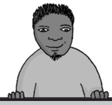
¿Qué es creatividad y por qué nos importa?

En el modelo de la comunicación comercial la información es una mercancía y el primero que la ofrece gana. Por eso se prefieren los formatos que son más fáciles y rápidos de elaborar, como la noticia o la entrevista.

Pero imagínense una estación de radio donde sólo se lean noticias o comunicados. ¿Creen que habría gente que se queda escuchando eso todo el día? ¿No se les hace que sería algo muy aburrido pasar al aire puras noticias sin una canción, un chiste o alguien que complemente estas noticias con entrevistas y comentarios? Pues nosotrxs creemos que sí, eso sería bien aburrido. Una de las cosas que hemos aprendido en todos estos años de talleres, encuentros y trabajo radiofónico es que cuando las personas se aburren ya no ponen atención.

¿Cómo hacerle entonces para que nuestros contenidos radiofónicos no resulten aburridos? Pues ¡con la creatividad! Eso significa cambiar la manera en qué hacemos las cosas, renovar nuestro ser locutores y locutoras, inventarnos nuevos chistes, historias y personajes; ponerle a nuestros programas detalles siempre nuevos y que lxs radioescuchas no se esperan. ¡Así es como lxs mantendremos pegadxs a nuestra radio!

Claro, eso no siempre es sencillo, porque cuando aprendemos a hacer algo, si vemos que luego nos funciona ya no queremos cambiarlo. Pero, ¡es una trampa! Pensar que si algo nos sirvió unas veces nos seguirá sirviendo al infinito es falso. Así que si hemos aprendido una forma de hacer una cuña, redactar una noticia o de armar un periódico mural; para que nuestras producciones sigan siendo atractivas no sólo se trata de seguir imitando esta primera experiencia, sino de seguir pensando en nuevas formas de hacerlas.



Creatividad viene de crear y se refiere al gestar algo nuevo. Se trata de tener ideas, usar nuestra imaginación y con esta crear una identidad propia, algo único que nos identifique. Esto significa en muchas ocasiones que tenemos que invertir más tiempo en la producción. Tenemos que provocar, sorprender, crear sentimientos y emociones para conectarnos mejor con nuestro publico y llamar su atención.

¿Cómo ser más creativos y creativas?

Pues, la verdad es que no existe una fórmula que nos marca los pasos concretos para que seamos más creativos y creativas. Nuestro cerebro está dividido en dos hemisferios principales: el lado izquierdo se rige por la lógica, es más ordenado y estructurado; mientras que el lado derecho funciona de forma más creativa y emocional. Para que nuestras producciones sean más creativas tenemos que empezar a soltarnos, pasar del lado izquierdo al lado derecho de nuestro cerebro. Dibujar, escribir poesía, reírnos o payasear son algunos ejemplos de momentos más creativos. Cuando estamos con nuestrxs amigxs son pocas las veces que platicamos de cosas de una forma muy seria, entonces ¿Por qué ponernos todos serios y serias cuando venimos a la radio para trabajar?

Sin embargo es importante ser algo disciplinadxs y responsables. Hay que tener claros nuestros objetivos y transformar nuestras ideas en un guion. En la radio hay muchas formas en las cuales podemos expresar nuestra creatividad. Puede ser en la forma de contar un hecho o transmitir un mensaje, podemos usar efectos sonoros o jugar con las palabras y la voz. Las ideas creativas son el resultado de un proceso donde todxs, más que trabajar, se están divirtiendo.

"La radio es magia. Con un poco de ingenio, podemos entrevistar a un zapato y que nos cuente sus aventuras callejeras. Podemos pedir declaración a un tomate y que nos explique por qué los intermediarios lo ponen tan caro".

Radialistas apasionados y apasionadas, Radios por la Igualdad.

En las siguientes páginas les presentamos algunos de los formatos radiofónicos más complejos que requieren un poco más de tiempo y conocimientos para producirlos, al mismo tiempo son formatos que invitan a dejar volar nuestra imaginación y jugar con nuestra creatividad.



HISTORIAS DRAMATIZADAS

El uso de las historias dramatizadas en la radio es una herramienta muy poderosa ya que muchas veces el mensaje que nos presentan es más fácil de captar y entender. Un historia dramatizada o sociodrama es una breve representación de las cosas que pasan en la vida diaria de nuestras comunidades o barrios. Aunque en realidad no sólo repiten lo que se vive, sino que lo presentan mezclando los hechos reales con la imaginación y la creatividad.

Hay distintas formas en la que podemos presentar nuestras historias. Por ejemplo nos sirve escoger hacer una historia corta de, por ejemplo, cinco minutos, y pasarla al aire. O quizá hagamos una historia en dos, tres, cuatro partes y pasarlas al aire un día sí y un día no, una vez por semana o como se nos ocurra. Lo importante aquí es mantener a nuestro público intrigado y con ganas de escuchar el siguiente capítulo de la historia.

Hacer una historia dramatizada por radio es como actuar en una obra de teatro donde el publico sólo puede escuchar y no puede ver el escenario. Tenemos que recrear situaciones y escenas con sonidos (imágenes auditivas); usando efectos sonoros, música y voces para proyectar el escenario en la mente de nuestro público.

Para aprender a hacer historias dramatizadas para la radio es importante que primero conozcamos sus tres elementos principales:

El tema: Es la idea central y el mensaje que queremos transmitir a través del contenido de la historia. En una historia debe haber un tema, sólo uno, y lo importante es que interese a nuestro público. Debe partir de las experiencias de la vida de la gente y de las realidades que ellos y ellas viven, gozan y sufren.

La historia: Es el desarrollo de los hechos y la secuencia de las acciones. No hace falta buscar historias complicadas y retorcidas, en nuestras realidades hay historias muy interesantes que contar. Seguramente será más fácil llegar a la audiencia si les platicamos de historias que pasan en nuestras comunidades.

Es importante que lo que pasa en la historia sean acciones, no sólo diálogos.

María: ¡Hola Juana!
Juana: ¡Hola! ¿Supiste que a Jorge lo detuvieron ayer?
María: ¡No me digas! Pues, ¿qué pasó?
Juana: Que lo despidieron de la fábrica hace dos meses y desde entonces que no encuentra trabajo y a falta de comida, lo agarraron robando un pan en el mercado.

Esto es un ejemplo de un diálogo, aquí no hay acción, no pasa nada. Si el tema de la historia es el desempleo y sus consecuencias tiene que representarse a Jorge cuando lo despiden de la fábrica, cuando se roba el pan y cuando lo detiene la policía.

Estas acciones ocurren en un momento y un espacio determinado. Esto lo llamamos una escena. Siempre que hay cambio de tiempo, de lugar, o de ambos, cambia la escena. Es como en el teatro cuando baja la cortina y se cambia el escenario. Para separar las escenas podemos usar diferentes recursos, como por ejemplo: la voz del narrador o de la narradora, música, efectos sonoros o el silencio.

Pero no sólo por contar acciones estamos contando una historia, sino que esta debe tener acción dramática. Para que haya acción dramática, la historia debe tener un conflicto. Estos conflictos no siempre tienen que ser trágicos, pueden ser también cómicos. Lo importante es que se arme un lío entre lxs personajes de la historia. Para hacer una historia dramática recomendamos presentar el conflicto en tres partes:

Presentación del conflicto: En este primer momento debemos captar lo más rápidamente posible la atención de nuestro público. Por eso, debemos presentar pronto el conflicto y las o los personajes que van a vivirlo. Si regresamos al ejemplo antes mencionado, la presentación del conflicto sería describir a Jorge, un hombre de clase baja, que es despedido de la fábrica donde trabaja.



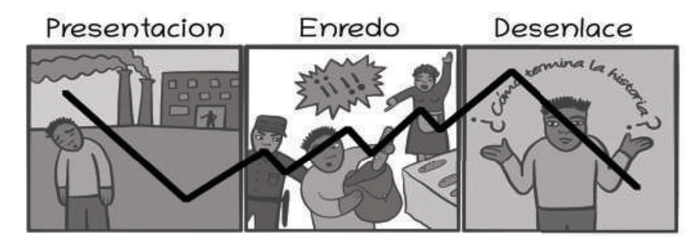
Enredo del conflicto: Una vez que presentamos el conflicto hay que ir complicando las cosas, apretando la cuerda y sometiendo a los y las personajes a distintas crisis. El enredo del conflicto suele ser representado como un intento fallido de la o el personaje principal por alcanzar su deseo. En el mismo ejemplo, podemos representar



cómo Jorge en un intento por solucionar su problema (no contar con un trabajo remunerado para poder alimentar a su familia) se ve obligado a robar un pan en el mercado, pero es sorprendido por la policía.



Desenlace del conflicto: Aquí llegamos al punto culminante de nuestra historia. El desenlace debe ser una consecuencia del enredo que hemos inventado. Pero no confundamos desenlace con final feliz: nuestra historia puede terminar en fiesta o en desastre. ¿Cómo imaginas que podría terminar la historia de Jorge?



Los personajes: El conflicto de una historia es vivido por unos personajes. Éstos pueden parecerse a tu abuela, tu vecino, el niño que juega en el parque de tu barrio, la señora de la pulpería o el maestro de la escuela, pero nosotrxs los recreamos para la historia.

Lo que debemos tener en cuenta cuando pensamos en las y los personajes de nuestra historia es que el publico pueda identificarse con unxs y aborrecer a otrxs. Siempre hay dos figuras que sobresalen: la o el protagonista, que es el personaje principal de la obra y la o el antagonista, que es su rival. Ambos deben ser diferenciadxs, contrapuestxs y contrastadxs.

En la historia de Jorge podemos decir que él es el protagonista y los antagonistas podrían ser el patrón que lo despidió o el policía que lo sorprendió robando.

¿Cómo hacer una buena personificación?

- Desfigurando un poco la voz. El actor o la actriz deben imaginarse cómo son y cómo hablarían los personajes. Jorge, por ejemplo, puede tener una voz humilde y decepcionada, el policía una voz grave, autoritaria.

- Jorge no utilizará un lenguaje rebuscado para hablar. Unx juez usaría palabras más técnicas.

- Hay que pensar que la audiencia sólo nos oye, así que los personajes y su carácter deberían de reflejarse a través de su manera de hablar. El narrador o la narradora puede ayudar en describir los personajes, cómo se ven y cómo son.

Esta es la "receta" que mucha gente utiliza para hacer historias dramatizadas. también sabemos que hay otras formas de presentar historias que no tienen que ver con recetas, sino que tienen que ver más con la imaginación y la creatividad. ¡Ustedes decidan cómo quieren contar su historia y su mensaje!

Pasos para crear una historia dramatizada


Pensar en un tema a partir de un hecho.


Ubicar el público, el objetivo y el mensaje.


Desarrollar las fases del conflicto y la historia.


Definir a l@s personajes.


Escribir las escenas en un guion.


Organizar el trabajo de producción: Repartir las y los personajes, quién va a buscar los efectos sonoros y la música, quién va a grabar.


Grabar el guion.


Editar los audios.


Difundir y compartir nuestra historia dramatizada.

FORMATO: DEFINIENDO NUESTRA HISTORIA DRAMATIZADA

Tema: ____

Título: ____

Resumen (¿Qué pasa? ¿Dónde? ¿Quiénes están?):

____

____

____

____

____

Objetivos:

____

____

____

____

Nombre	Papel en la historia	¿Cómo es?

FORMATO: LAS ESCENAS DE NUESTRA HISTORIA DRAMATIZADA

Núm. 1	Lugar:	
Personaje / narrador	Diálogo	Efectos sonoros/ música

Núm. 2	Lugar:	
Personaje / narrador	Diálogo	Efectos sonoros/ música

Núm. 3	Lugar:	
Personaje / narrador	Diálogo	Efectos sonoros/ música



REPORTAJE A FONDO

Cuando hablamos de reportaje no hay que confundirlo con los reportes que hacemos en vivo desde algún evento, asamblea o encuentro. Los reportajes son formatos más largos sobre un tema específico y a los cuales dedicamos más tiempo y mucha investigación. Al construirlos incluimos toda la información posible, el contexto y las consecuencias de un hecho. Por esto hablamos de reportaje a fondo.

El objetivo es contar una historia pero no se trata nomás de ponernos ante un micrófono y nomás empezar a grabar. Como dicen lxs radialistas apasionadxs: "Es como una novela, sólo que no de ficción, sino real, que informa sobre hechos verídicos, documentada". Con un espíritu de narración de "trasladar al lector o al oyente al lugar de los hechos, hacerle vivir la situación, como si fuera aquí y ahora"
Para contar nuestra historia, queremos incluir pero no limitarnos a los siguientes elementos:

- Narración
- Entrevistas y testimonios
- Estadísticas y encuestas
- Música
- Sonidos y pequeñas escenas que reconstruyen los hechos.

La investigación es un trabajo indispensable para un reportaje a fondo. Si queremos hablar acerca del conflicto agrario en Honduras tenemos que hacer entrevistas con organizaciones campesinas y con personas de las comunidades y/o cooperativas. Hay que revisar si tenemos grabaciones en nuestro archivo histórico acerca del tema, buscar noticias, artículos, números, datos sobre el tema en Internet y en los periódicos.

Un reportaje puede durar entre 10 minutos y media hora. Para temas complejos se puede elaborar una serie de reportajes con tal de no cansar nuestrxs oyentes con tanta información en un solo bloque.



Es fundamental que elaboremos un guion bien detallado. Sobre todo si estamos usando distintas entrevistas, ponencias o sonido de ambiente de una o varias grabaciones. Es necesario que antes identifiquemos y detallemos cuáles partes de estas grabaciones vamos a usar. Esto se hace apuntando el momento (tiempo registrado en minutos) de la grabación en el cual se encuentra la parte que nos interesa. Cuando trabajamos con varios archivos al mismo tiempo es importante que organicemos bien nuestro material y que le pongamos nombre. Por ejemplo:

Tiempo	Qué	Audio
0:00 – 0:15	Intro: Música "Levántate Campesino"	campesino.mp3
0:15 – 0:45	Narración: En Honduras se vive una conflictividad agraria peligrosa que se ha agudizado desde el golpe de Estado del 28 de junio del 2009. En todas partes del país, pueblos indígenas y comunidades campesinas están inmersas en una lucha constante para defender sus tierras ante los proyectos de despojo promovidos por.....Fulano Pérez del Movimiento Campesino Nacional comenta,	narracion_intro.mp3
0:45 – 1:30	Entrevista a Fulano Pérez: Desde 1980, en el sur de Honduras, se da inicio a un proceso de rezonificación que permite que los finqueros inicien procesos legales contra las comunidades campesinas asentadas en la zona desde hace más de 100 años	fulano_perez_I.mp3
1:30 –1:40	Narración: Y así progresivamente el Estado cambió su política para favorecer aún más a los terratenientes por encima de los derechos legítimos de un sinfín de comunidades en la región...	narracion_I.mp3

Hay muchas formas en las que podemos hacer nuestro guion pero lo más importante es que nosotrxs entendamos precisamente qué queremos transmitir en cada momento y tener todos los archivos a la mano para no perder mucho tiempo a la hora de editar. No se trata de buscar unos cuantos audios y juntarlos sin pensarlo mucho. Sino de pensar bien en qué audios queremos usar y ver de qué forma podemos hilarlos para lograr contar la historia. No ponemos música nomás para llenar un espacio o porque nos gusta mucho una canción, sino para crear ambiente y transportar a nuestro público al lugar donde queremos llevarlo. Entre más usemos nuestra imaginación y nuestra creatividad, más color le daremos a nuestra producción. Pero, al igual que con otras técnicas y otros formatos de la comunicación popular y de la radio comunitaria bien sabemos que la mejor forma de aprender es practicando. Así que ¡manos a la obra!



EL PROGRAMA DE RADIO

Ahora que tenemos mucho más conocimiento y práctica sobre la producción de radio, atrevámonos a seguir soñando, pongámonos manos a la obra y ¡armemos nuestro propio programa de radio! Un programa de radio en donde hablemos de las cosas que más nos interesan ¡aquello que siempre has querido gritarle a los cuatro vientos!

Primero debemos precisar el tema central del programa (¿de qué queremos hablar?), el objetivo (¿por qué queremos hablar de eso?) y el público (¿quiénes queremos que nos escuchen?).

Ejemplos:

Tema Central	Objetivo	Público
La participación de las mujeres en nuestra organización.	Informar sobre los derechos que gozan las mujeres. Denunciar la violencia. Fortalecer la organización de las mujeres.	Mujeres, niñas.
La defensa del territorio en las comunidades de Alta Verapaz.	Informar y organizar a las comunidades. Concientizar de la importancia de nuestros territorios.	Campesinxs, indígenas Q'eqchi y Poqomchí.



¡OJO! Puede ser peligroso hacer un programa para todxs y que hable de todo. Bien dice el dicho: "la que mucho abarca, poco aprieta".

También es importante que pensemos y nos comprometamos a largo plazo. Producir un sólo programa está bien, pero hacerlo de manera periódica está mejor. Si ya participamos en una radio comunitaria, o si contamos con una radio comunitaria que se ofrezca a transmitir nuestras producciones, pensemos cuál es la frecuencia que tendrá nuestro programa para que nuestro público sepa cada cuánto podrá sintonizarnos. Podríamos pensar en programas diarios, cada tercer día o una vez a la semana. Aquí lo importante es que una vez que decidamos la frecuencia de nuestro programa, cumplamos con ella.

Además, debemos pensar cuál es el mejor horario para transmitirlo. Aquí hay que acordarnos de cuál es nuestro público meta y averiguar a qué hora del día prende la radio.

La estructura del programa.

La estructura de un programa de radio depende principalmente de la duración que tenga. Aquí tomaremos el caso de un programa de aproximadamente 30 minutos. Lo primero que tenemos que pensar es que cada programa debe tener un tema, ¡uno sólo! Eso sí, a ese tema debemos de darle cuerpo, es decir desarrollarlo. Por ejemplo:

	Saludo	3 min.
	Presentación del tema	
Recurso dramático →	Dramatización	8 min.
Recurso de opinión →	Comentario a la dramatización	5 min.
Recurso musical →	Canción	3 min.
	Conectando con la comunidad	6 min.
	Despedida	1 min.
		Duración: 26 min.

Ahora, veamos una por una las secciones de nuestro programa:

Saludo: El saludo no tiene más chiste que crear un ambiente de confianza, de alegría y que le dé ganas al público de escuchar nuestro programa.

Presentación del tema: Después del saludo toca presentar el tema central, lo que va a ser el cuerpo del programa. Aquí el reto es ser creativas, pues si en la presentación del tema no logramos enganchar a la audiencia es probable que cambien de estación o que apaguen la radio

Recursos dramáticos: Son aquellos que imitan los hechos que nos ocurren en la vida real y que utilizan personajes para representarlos. Podemos usar hechos cómicos o trágicos, siempre y cuando tengan acción. Recuerden las cuñas dramatizadas y las historias dramatizadas que ya practicaron.

Recursos de opinión: Son aquellos que informan acerca de los hechos que nos ocurren en la vida diaria, analizan los acontecimientos, dan sus puntos de vista y comentan por qué pasa lo que pasa. Las notas y las entrevistas, por ejemplo, que ya hicieron anteriormente.

Recurso musical: Sirve para reforzar el tema central del programa. Por ejemplo, si estamos hablando de la toma de una carretera podríamos utilizar la canción "No basta rezar" del grupo Los Guaraguaos que dice: "Cuando el pueblo se levante y que todo haga cambiar ustedes dirán conmigo no bastaba con rezar, ustedes dirán conmigo no bastaba con rezar".

Conectando con la comunidad: Se refiere al espacio que dedicamos para conectarnos y dar información relacionada con nuestra comunidad o público a través de: avisos, cartas, saludos, llamadas al aire, etcétera.

Despedida: Debe ser breve, resumiendo el tema visto de tal manera que nos ayude a concluir. Es importante que para cada programa tengamos una despedida diferente, o sea, que vayamos variándola. Lo que no debería cambiar es que sea alegre, cálida y que invite a la audiencia a escuchar el próximo programa.

Pasos para preparar un programa de radio:

- Reunirnos.
- Elegir tema.
- Definir su estructura.
- Escribir guion.
- Elegir música.
- Repartir tareas.
- Ensayar.
- Grabaciones.
- ¡Salir al aire!

Calendarizar nuestro programa

Una herramienta que nos va a ayudar mucho para organizarnos es el calendario de temas y actividades. Es como una agenda donde anotamos el tema que vamos a tratar en la semana y cada una de las tareas que tenemos que hacer. La preparación y planificación con tiempo será una de las cosas que más nos ayude a hacer mejor nuestro trabajo. Si, por ejemplo, hacemos una reunión mensual donde seleccionamos los temas que estarán tratando en el mes, podrán estar preparándose con tiempo, en lugar de estar apuradxs y preocupadxs preparando todo un día antes de que salga el programa al aire.

RADIOREVISTA

Una radiorevista puede estar compuesta de algunas de estas secciones: noticias, concursos, cuñas, historias dramatizadas, entrevistas, música y muchas cosas más. Y entonces... ¿Es igual que el programa?

Las radiorevistas no suelen dedicarse a un sólo tema en particular, sino que abordan varios a la vez. Para definir los contenidos nos ayudará tener claro ¿Cuál es nuestro objetivo? ¿A quién va dirigida? ¿Qué gusta o interesa a nuestra audiencia?

En la radio revista (aunque también informamos) nuestro principal objetivo es **acompañar y entretener**. Seguiremos la misma estructura que en el programa de radio, así como la forma de planearlo. Pero además de hacer todo esto pondremos especial atención a: la música, las secciones, la conducción (quien guía entre secciones) y la participación. ¡El límite será nuestra creatividad!

Pongamos nombres creativos que le enganchen a la gente tanto a nuestra radiorevista como a cada una de las secciones. ¡Nada de rigidez ni tanta seriedad! Por ejemplo: "El chispudo" programa de Radio Victoria, la voz de los pueblos, de la organización CODECA en Guatemala. ¡Ah! Y también inventa una identificación original para el inicio y final.

Música

Pensemos que relajarnos con algo de música siempre viene bien, sobre todo si queremos tratar cosas de política o economía, ¡no queremos que nuestrxs oyentes se depriman! Eso sí, elige música qué tenga que ver con el estilo y el tema de la radiorevista.

Secciones

Las secciones son espacios breves, algunas ya están grabadas (novelas, cuñas, radioteatros) y otras se hacen en vivo (debates, consultorios, concursos).



Las secciones y la estructura no tienen que ser fijas ni repetidas en cada revista pero si es bueno usarlas de manera recurrente.

5

Esto depende de la periodicidad de tu radiorevista. Por ejemplo, si es semanal, podemos hacer un concurso a final de cada mes, a mitad de mes un debate y a inicio del mes una charla con personas de la comunidad.

Para que se inspiren, aquí explicamos algunos formatos que pueden también incluirse en la radiorevista, aunque todavía no los hemos visto a profundidad:

Curiosidades: Podemos ponerle muchos nombres como: tal día como hoy, sabía usted qué, el dato nuestro de cada día, el origen de las palabras, el diccionario, frases célebres, etcétera. Es un espacio que educa y entretiene, eso sí, no queramos imitar a nuestrxs profesorxs, tratemos de hacerlo de forma amigable y divertida. Podemos contestar preguntas que siempre nos hemos hecho o contar algunos datos específicos sobre temas como cultura, naturaleza o salud.

Entrevistas: En las radiorevistas procurarnos generar diálogos amenos que no parezca un interrogatorio. Aprovecha para preguntar a lxs entrevistadxs por su lado más humano, no sólo su trabajo y su inquietud política (aunque también): ¿Qué hace cuando no está en la sede de organización? ¿Cuál es su película favorita?¿Qué receta de comida es la que mejor le sale?

Debates: Para que los debates sean un éxito es importante invitar a personas que representen una opinión y la contraria. Por ejemplo: quién está a favor de los concursos de "Misses" y la persona que no lo está; temas que importen a la comunidad y que hagan que la gente pueda ver los distintos puntos de vista. La persona que esté conduciendo no tiene que tener miedo de cortar a lxs invitadxs si siente que alguien habla demasiado. Puede hacer preguntas para aclarar los puntos de vista, pero no es muy oportuno que se ponga a favor de una de las opiniones (aunque seguro la tiene).

Historias dramatizadas: (este formato ya lo conocemos): No siempre lxs tenemos que crear nosotrxs, hay muchas radionovelas ya editadas que podemos compartir, por ejemplo en radioteca.net* o la audioteca de la Red Mesoamericana**.

*https://www.radioscomunitarias.info/audiotecaredmeso/
**https://radioteca.net/category/radionovelas/

Consultorio: Podemos invitar a una abogada experta en derechos humanos, a un cocinero o una campesina, etcétera. Básicamente cualquier persona que pueda contestar las dudas. Busca temas y especialistas que puedan resolver problemas que interesan en tu comunidad: cómo puedo evitar que me detengan en una manifestación, cómo hago para que salga mi caldo más espeso, cuánto tengo que regar mis calabacitas, etcétera.

Concursos: Una de las secciones qué hará que la radio revista tenga muchxs oyentes ¡a todo el mundo nos gustan los regalos! Puedes pedir a los comercios locales que regalen algo como: pasteles, ropa o un libro para ofrecerlo de premio. Luego lanza el concurso con las fechas y qué hay que hacer. Puede ser una pregunta sobre algo que se habló en la radiorevista o que esta vinculado con tu comunidad. ¡Tendrá mucho éxito!

Conducción

De los y las locutorxs depende el éxito del espectáculo pues son lxs magxs del espectáculo. Y hablamos en plural porque lo ideal es que una radiorevista sea dirigida por dos personas. Y mejor todavía si es una mujer y un hombre. Seamos divertidxs y naturales a la hora de hablar, conectémonos con la gente y sobretodo… ¡Disfrutemos de hacer radio!

Participación

Ya sabemos que para que una radio sea comunitaria debe tener participación de la comunidad. La radiorevista es la mejor herramienta para hacerlo: pueden enviar mensajes de voz al celular de la radio, llamar para los concursos, preguntar en los consultorios o lxs corresponsalxs pueden salir con la grabadora a preguntarles su opinión sobre un tema.

5

Escucha y aprende



En los años 2016 y 2017 se juntaron lxs comunicadorxs de cinco radios comunitarias de la Red Mesoamericana de Radios Comunitarias, Indígenas, Garífunas y Feministas de Guatemala para producir la radiorevista Escucha y Aprende.

En diferentes encuentros en los territorios definimos entre las radios participantes los temas y contenidos de cada capitulo, elaboramos los guiones, grabamos y editamos las secciones para luego juntar las partes en un solo programa. A cada encuentro llevamos materiales preproducidos por las radios para incluir las voces de nuestras comunidades de procedencia. Los siete capítulos de la radiorevista fueron difundidos en el sitio web de la Red Mesoamericana*, en redes sociales y en las transmisiones de una docena de radios comunitarias en Centroamérica.

La elaboración de una radiorevista no fue el objetivo final, sino la herramienta que elegimos para trabajar de manera colaborativa entre varias radios, alcanzar nuevas audiencias e informar y concientizar a nuestras comunidades sobre problemáticas que nos afectan en los distintos territorios como la siembra de monocultivos o los proyectos de hidroeléctricas. El proceso fortaleció el intercambio de experiencias y conocimientos entre comunicadorxs comunitarixs que ya llevan un rato trabajando y una nueva generación que apenas estaba naciendo en las radios de la Red. Nos capacitamos en el uso de formatos ya conocidos como la entrevista, la historia dramatizada o la cuña y sobre formatos que hasta el momento no hemos usado tanto como el concurso o el debate, jugando con nuestra creatividad y buscando nuevas formas de contar nuestras historias.

Fueron muchos los aprendizajes que hicimos en el proceso. La radiorevista fue un éxito en las comunidades y fortaleció nuestras capacidades de producción y difusión. Pero el resultado más importante fue el fortalecimiento como red y el refuerzo de los tejidos que nos unen entre distintas radios comunitarias y comunicadorxs. También nos dejó preguntas y dudas que nos ayudaron a reflexionar sobre el camino en que andamos. ¿Qué tan necesario es de encontrarnos físicamente para producir un programa en red? ¿Qué ventajas y desventajas llevan los encuentros presenciales? ¿Con qué compromisos podemos cumplir desde cada radio y comunicadorx? ¿Cómo podemos asegurar la continuidad de un proceso de producción colectiva?.

*https://www.radioscomunitarias.info/radio-revista-escucha-y-aprende/

NOTICIERO Y FLASH INFORMATIVO

Uno de los elementos fundamentales para fortalecer a nuestra radio es la programación informativa. Esta incluye la información importante que vamos pasando a lo largo del día a la medida que nos vaya llegando a la cabina, pero para poder ir resumiendo todas estas notas cortas, lo que necesitamos es un buen noticiero.

Un noticiero es un programa (diario o semanal) dedicado a la información sobre hechos y acontecimientos actuales. Los noticieros tienen un horario fijo para que nuestro público pueda escuchar una recopilación de todas las noticias que consideramos importantes. Hay noticieros de media hora, de una hora e incluso de hasta dos horas de duración. Algunos tienen un enfoque local o nacional y otros pasan más informaciones regionales e internacionales.

Los noticieros también son muy útiles para el equipo de comunicación ya que hacer el resumen de todas las noticias que llegan a la cabina durante el día lleva a tener una mirada más completa sobre lo que está pasando en distintas regiones del país o del mundo. Muchas veces este proceso da pie a la creación y enriquecimiento de otros programas.

Estructura del noticiero

No existe una sola estructura para un noticiero, lo que cuenta es ser lo más clarxs posibles en la exposición de las noticias y el orden en que aparecen.

Imagínate que en vez de estar en la cabina locutando, ya conociendo todas las noticias que vas a pasar, estás en tu casa, en el campo o donde sea, escuchando la radio. Imagina que lxs locutores empiezan a hablar de una noticia local y luego brincan a una internacional, y luego hablan de algo muy importante y después de otra cosa no tan relevante... ¿no crees que te vas a hacer bolas? Es importante pensar siempre en cómo se escuchará cualquier cosa que pasamos por la radio desde afuera, de donde nos sintonizan nuestros públicos.

En muchas radios les ha servido usar un orden que va de lo más cerca a lo más lejos (local, nacional, internacional, o sea comunidad, país, mundo). Pero también hay que tomar en cuenta la importancia de los

hechos. Por ejemplo, si hay un golpe de Estado en El Salvador el mismo día que el equipo de fútbol local gana contra otra comunidad no queremos entrar con el partido sólo por el hecho de ser una noticia local. Otra forma de estructura puede ser ordenado por temas: agricultura, defensa del territorio, cultura, deporte.

Contenido

Ahora, ¿qué información queremos incluir en el noticiero? El trabajo de recoger la información necesaria para armar un noticiero, aunque sea de media hora, requiere organización y planeación. Esto implica que el noticiero no se puede improvisar, sino que hay que recoger, redactar y organizar previamente las noticias. Ir ubicando nuestras fuentes, de dónde sacar información, sea de nuestras comunidades o regiones, a nivel nacional e incluso a nivel internacional. Podemos preguntar a nuestrxs corresponsales para recopilar noticias locales o usar medios aliados como fuentes secundarias que usamos como referencia sobre lo que está pasando en el país o en el mundo. Pueden ser radios, periódicos, canales de televisión y/o Internet (cuando tengamos acceso). No olvidemos que los medios comerciales también nos sirven para encontrar información, y si es necesario,¡desmintámoslos!

Otra cosa importante para recordar es que no queremos copiar el bombardeo informativo cotidiano de los medios comerciales, en los que cada vez entendemos menos lo que nos pasa. Lo que diferencia un noticiero popular de uno comercial es que nosotrxs intentamos elegir una información que aporta los elementos necesarios para que nuestra audiencia pueda analizar e interpretar los hechos y su contexto. Por esto es necesario dar seguimiento a algunas noticias. Eso quiere decir que los acontecimientos no sólo se mencionan en el momento que suceden sino que también las noticias se retoman en los días o semanas siguientes, para informar lxs radioescuchas sobre qué pasó con esa historia. Por ejemplo, cuando se realiza una recuperación de tierra en una comunidad, no nos limitamos a mencionar lo que ocurrió, sino que estaremos atentxs a cómo se encontrará el proceso de recuperación y las personas que lo protagonizaron una semana o hasta un mes después.

Comentarios

Un elemento muy importante que podemos añadir a nuestros noticieros es la participación del público: invitar a que la gente de nuestras comunidades también participe, que opine y comparta sus perspectivas sobre lo que está sucediendo en la comunidad, la región, el país o el mundo. Puede ser con una entrevista o un testimonio grabado o a través de enlaces telefónicos. Les podemos preguntar si se sienten afectadxs por una situación que estamos reportando, que ellos y ellas mismas redacten la noticia (sobre todo en el caso de noticias locales) o simplemente que compartan su opinión sobre esa noticia.

Es una manera de involucrar más gente en nuestra programación noticiosa, variamos las voces que están llevando las noticias a nuestras comunidades, además de que simplemente la gente se emociona escuchando a sus propias voces pasar por la radio. Es la forma más sencilla de devolverles la palabra a nuestros pueblos, la palabra que se nos ha arrebatado por tanto tiempo y que, a través de estos proyectos de comunicación popular, estamos recuperando.



5

Flash Informativo/Avance

No sólo implica estar al aire a la hora que se transmite el mero noticiero, sino podemos ir dando información a lo largo del día en la medida que nos vaya llegando. Sin embargo, si pasamos una nota importante a las nueve de la mañana, otra a las 11:30 y otra aparte a las 13:45, siempre es bueno volver a anunciar estas informaciones de nuevo y con más detalle si es posible a la hora del noticiero. Estos boletines breves, donde se anuncia el titular y un resumen muy breve de la noticia, se llaman flashes informativos o avances y sirven para mantener nuestro público al tanto de lo que está sucediendo. En general, éstos terminan invitando al público a sintonizar a la hora del noticiero para escuchar más información relacionada con el asunto.

Esta es una manera bastante común para pasar los titulares a lo largo del día (o la semana, si nuestro noticiero pasa cada siete días) porque nos da tiempo para investigar el asunto más a fondo y redactar una noticia más detallada para pasarla a la hora del noticiero.



Armemos nuestro noticiero

Los noticieros implican varios trabajos antes de salir al aire:

Definir el objetivo, la estructura y la frecuencia: Nuestro noticiero puede servir para informar, educar, desmentir los medios comerciales, fortalecer el análisis de lo que está pasando y mucho más. Puede tener bloques de contenido ordenados por local/nacional/internacional o bloques por temas, puede salir cada día o una vez a la semana.

Recopilar: Recopilar la información que llega a nuestra cabina y consultar nuestras fuentes de información como otros medios es una tarea básica para definir los temas y contenidos de nuestro noticiero. Pero ¡ojo!, no se trata de sólo copiar los contenidos de nuestras fuentes, sino que hay que pensar qué hechos son importantes para nuestra audiencia y para poder cumplir con nuestros objetivos. Hay que hablar con nuestrxs corresponsalxs y comunidades para fortalecer la difusión de información local que no aparece en los grandes medios.

Organizar: Hay que definir el orden en que van a aparecer las noticias en nuestro programa (según la estructura que definimos) y escribir un guion. No hay que olvidar que un noticiero necesita también una introducción y un cierre.

Redactar: Una vez definidos los titulares, hay que redactar los contenidos, buscar más información, pedir contenido de nuestrxs corresponsalxs, hacer entrevistas con personas en nuestras comunidades o con organizaciones aliadas.

Transmitir y grabarlo: Transmitir en vivo y grabar el noticiero.

Compartir: Para que otros medios aliados puedan retransmitir nuestro noticiero hay que publicarlo en la web y compartirlo con nuestros contactos.

5

Noticieros

Hay varias redes, colectivos y radios que producen noticieros regionales o nacionales. Varios de ellos son un trabajo colaborativo entre distintas radios y corresponsalxs. Aquí queremos nombrar algunos y sus principales características.

• **Contacto Sur** es un noticiero latinoamericano producido por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Un repaso a la actualidad del continente desde la mirada de lxs excluídxs. El programa es difundido en más de 100 radios de todo el continente las que a su vez producen el noticiero por medio de sus corresponsales. https://aler.org/contacto-sur-pagina

• **Zona informativa** es el espacio noticioso de Radio Progreso en Honduras. Se transmite diario en las mañanas en el horario de 6:00 – 8:30 y en las tardes de 6:00 – 7:00. Al mediodía hay una versión meridiana de media hora. Se transmite en las frecuencias en FM de la Radio y en http://radioprogresohn.net

• **La otra noticia** es el noticiero de la radio comunitaria Un Nuevo Sol Rebelde en Petén (Guatemala). Es un noticiero con informaciones nacionales e internacionales de los movimientos sociales que se transmite cada jueves y se puede escuchar en línea en http://nuevosolrebelde.blogspot.com y a través de www.radioscomunitarias.info

• **Maya K´at** es un espacio informativo intercultural, con una agenda periodística construida a partir de los valores institucionales de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas (FGER). Se transmite en las mañanas, de lunes a viernes en el horario de 11:00 – 12:00, por las emisoras de la Cadena Radial Intercultural FGER y en www.fger.org

• **ML: Noticias de abajo** es un noticiero que se produce desde México. Un programa de radio matutino que recaba las principales noticias del movimiento social, nacionales, internacionales y de los que se sumen a esta iniciativa. Este noticiero se produce lunes, miércoles y viernes. https://noticiasdeabajoml.wordpress.com

¿QUÉ ONDA CON EL SONIDO?

Antes de ir a la cabina para transmitir o editar un audio con la computadora tenemos que conocer algunos términos que son importantes para entender el funcionamiento y manejo de los aparatos y programas que usamos en la radio. Son palabras que escuchamos frecuentemente pero a veces las confundimos o no sabemos bien qué significan.

¿Sonido o audio?

"Los sonidos son vibraciones. Vibraciones que generamos con nuestras cuerdas vocales, con instrumentos musicales, o que se producen cuando los objetos se mueven o chocan entre sí, y que somos capaces de recibir con nuestros oídos e interpretar con el cerebro. Estas vibraciones aprovechan el aire para viajar de nuestra boca a los oídos de quienes nos escuchan".

García Gago, Santiago.*Manual para Radialistas Analfatécnicxs.*

Podemos clasificar los sonidos en graves, medios y agudos. Un tambor tiene un sonido grave, una guitarra emite un sonido medio y una flauta sonidos agudos. Las vibraciones que emiten estos instrumentos tienen diferentes frecuencias, por esto los escuchamos diferentes.

"Cuando estos sonidos se transforman en electricidad para ser tratados por una computadora o grabados en una cinta magnética los llamamos audio. A veces, ambas palabras se usan como sinónimas, pero no los son. Un audio es un sonido convertido en señal eléctrica".

García Gago, Santiago. *Manual para Radialistas Analfatécnicxs.*

Los audios se puede manipular, por ejemplo, con una mezcladora o un ecualizador. **Ecualizar** un audio es modificar el volumen de ciertas frecuencias. Por ejemplo podemos hacer que se escucha más fuerte las frecuencias graves y menos fuerte los agudos de la voz de unx locutorx.

Se distingue entre **audio análogo** y **audio digital**. Un audio análogo es como un espejo del original plasmado en un casete o un disco de vinilo y que puede tener muchos diferentes valores. **Un audio digital** en cambio está traducido en el lenguaje de la computadora que sólo conoce el 0 y el 1(lo que llamamos lenguaje binario). Cuando grabamos con un programa la computadora transforma la señal análoga en este código de 0 y 1. No nos damos cuenta de este cambio de lenguaje porque es algo que pasa en el fondo, pero es lo que nos permite trabajar con el audio en una computadora y nos permite, entre otras cosas, hacer edición digital.

¿Estéreo o mono?

Un audio **estéreo** es aquel que tiene dos canales y un audio diferente por cada uno. Esto nos dará una mayor sensación de profundidad y espacio. Se denomina **estéreo** a una señal de audio que intenta imitar al oído humano separando los sonidos que nos llegan a los oídos derecho e izquierdo según la distancia y ubicación del sonido. Cuando una pista sólo consta de un canal en donde el sonido está centrado (es decir que no están separados los sonidos para cada uno de los oídos) se le denomina señal **monoaural o mono**.

¿Y el volumen?

El volumen es la percepción que tenemos de la fuerza o intensidad de un sonido. La intensidad de un sonido se mide en **Decibelios (dB)**. La escala de decibelios es un poco extraña. El sonido audible más pequeño (casi silencio total) es 0 dB. Un sonido 10 veces más potente es 10 dB. Un sonido 100 veces más potente que el silencio casi total es de 20 dB y 30 dB es 1000 veces más fuerte.

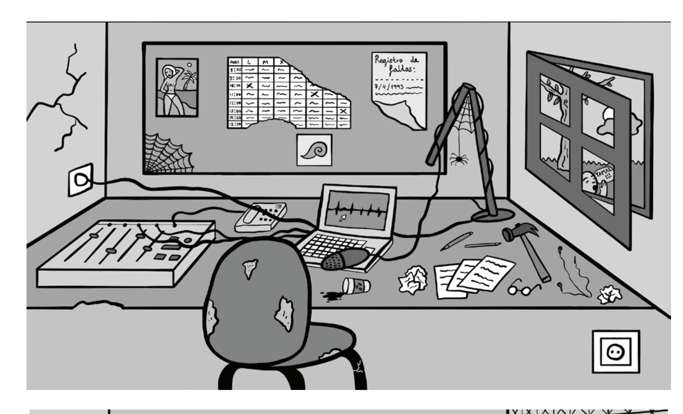
LA CABINA DE RADIO

La cabina de la radio es nuestro espacio de trabajo donde pasamos mucho tiempo. Por esto es importante que esté adaptado para que nos sintamos cómodxs durante la transmisión: que la mesa no esté llena de cosas inútiles o que tengamos una silla cómoda. Es muy importante adecuar los equipos de forma que podamos manejar todos los aparatos y que no haya cosas que nos estorben. En las zonas donde hace mucho calor es recomendable instalar un aire acondicionado, por un lado para proteger los aparatos del sobrecalentamiento, pero también para lxs locutorxs que van a agradecer no tener que trabajar dentro de un horno.

La cabina debería estar preparada para que no se metan ruidos, por ejemplo de la calle y que haya una buena sonorización ambiental, quiere decir que no haya eco dentro del cuarto. La cabina debería tener una buena instalación eléctrica para que haya enchufes suficientes para conectar todos los aparatos.

Recordamos que en el **Manual 1** hablamos del reglamento de la radio. Recomendamos repasar esta parte si todavía no tienen un reglamento para cuidar la cabina y hacer más agradable el trabajo en equipo.


Pág. 138





¿Dónde te gustaría trabajar?

5

¿Qué aparatos tenemos en nuestra cabina de radio?

Uno de los pilares importantes de una radio comunitaria es su cabina y los aparatos técnicos que encontramos en ella. Una estación de radio, hablando técnicamente, es una cadena de aparatos que ejecutan ciertas funciones y conectados correctamente nos dan la oportunidad de transmitir nuestros mensajes por radio en FM o por Internet.

Cada cabina de radio y los aparatos que encontramos en ella son diferentes, aquí les vamos a presentar los equipos más comunes y su función para finalmente explicar cómo funcionan en conjunto.

Micrófonos

En una radio, un micrófono es de vital importancia. El micrófono transforma sonidos en una señal eléctrica de muy baja intensidad. Esta señal eléctrica –que puede viajar por cables y la cual se puede grabar, amplificar y manipular— se llama **audio**.



Existen diferentes tipos de micrófonos para capturar las voces o instrumentos musicales. El tipo de micrófono más común utilizado en la radio comunitaria es el direccional. ¿Y eso qué es? Un micrófono direccional recibe la mayor cantidad de sonido en una dirección. En una cabina de radio este tipo de micrófono es muy efectivo porque capta mejor la voz de la persona que está sentada en frente y evita que entren sonidos de ambiente de otras direcciones.

Toda radio comunitaria necesita un micrófono, como mínimo, y este se conecta con un cable a una entrada mono de la mezcladora. Más adelante veremos qué cable es.

"El sonido son vibraciones, ondas que podemos escuchar con nuestros oídos. Cuando estos sonidos se transforman en electricidad para ser tratados por una computadora o grabados en una cinta magnética lo llamamos audio. A veces, ambas palabras se usan cómo sinónimas, pero no los son. Un audio es un sonido convertido en señal eléctrica."

García Gago, Santiago. *Manual para Radialistas Analfatécnicxs.*

Celular o grabadora

Un celular inteligente o una grabadora podamos usar para grabar y guardar audios. Tienen un micrófono, pero además pueden grabar el audio, guardarlo en un archivo y reproducirlo. Así, estos aparatos los podemos conectar a la mezcladora y pasar audios en vivo, o –a través de otro cable– podemos guardar los audios en una computadora y luego editarlos.



Un teléfono celular o un teléfono fijo sirven para recibir llamadas de nuestra audiencia. A veces es necesario conectar el teléfono fijo a un aparato que se llama híbrido. El híbrido permite conectar el teléfono a la mezcladora con dos cables sin hacer modificaciones en el teléfono. Esto nos va a dar una excelente calidad de audio durante la llamada y así pasarla al aire y que todo el mundo entienda qué nos están contando.



¡OJO! El conector de los teléfonos celulares y de algunas computadoras portátiles está hecho para la conexión de manos libres, que son una combinación entre audífonos y micrófono. Dependiendo del tipo de teléfono esto puede causar problemas si conectamos sólo audífonos o si lo queremos conectar directo a una entrada de la mezcladora. Para evitar problemas, mejor usamos un adaptador que separa la conexión del micrófono y de los audífonos.



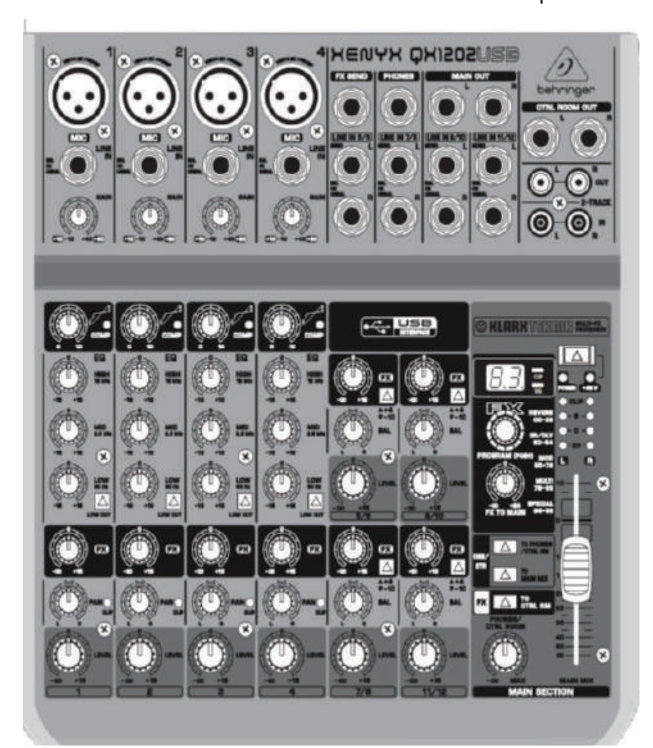
Mezcladora o consola:

Cuando en una transmisión se encuentra sonando la música y de repente baja de volumen para dejar entrar la voz de la locutora (que habla a través de un micrófono) se están manejando los volúmenes a través de la mezcladora para que la voz se escuche alta y clara mientras la música se mantenga de fondo. Esta es la magia de la mezcladora en la radio.

Es el cerebro de nuestra cabina de radio donde conectamos todos los aparatos. La mezcladora debe su nombre al hecho de ser capaz de mezclar las diferentes fuentes de audio, cambiar de una a otra, ajustar los volúmenes y generar con todas las entradas una única señal de audio.

La mezcladora tiene varios canales o entradas a las que podemos conectar cada uno de los aparatos. Hay diferentes tamaños de mezcladoras, pueden ser desde cuatro canales hasta 20. Estos canales tienen la misma estructura y los mismos botones y sólo se repiten. En la radio no necesitamos una mezcladora muy grande. Basta con tener canales suficientes para conectar los micrófonos, la computadora, el teléfono y la grabadora.

Cada canal tiene unas perillas que nos dan la posibilidad de modificar o ecualizar los audios. A la salida principal o **main out** está conectado el transmisor. Si estamos transmitiendo por señal de Internet hay que conectar también la computadora a una salida (**Alterna o Subgrupos** o en modelos más nuevos a través de un cable USB). Para conectar los audífonos y monitorear lo que estamos mezclando se usa la salida **Phones**. Pero ¡ojo!, esta salida tiene un volumen independiente y no es el mismo volumen que se escucha en la salida principal.



* Utilizamos este modelo y marca de consola como ejemplo, ya que es la más utilizada en las radios de la Red Mesoamericana.

Las ilustraciones de la consola provienen del manual de Behringer.



Entrada para micrófonos:

Estos canales son los primeros canales al lado izquierda de la mezcladora. En estos canales podemos conectar aparatos que nos dan una señal de mono como un micrófono o un teléfono fijo.

Micrófono (MIC) Entradas para micrófono

Ganancia (GAIN): Con este control podemos ampliar el volumen del micrófono

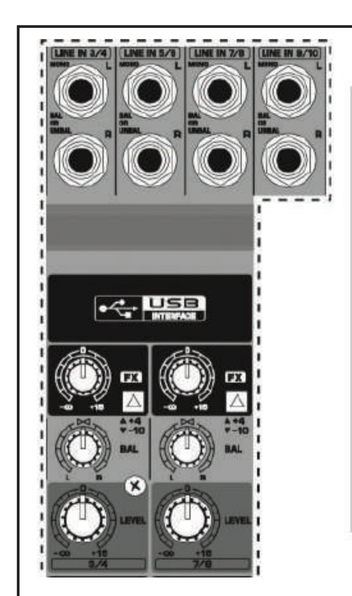
Compresor (COMP): El compresor nos sirve para mejorar la calidad del audio, subir un poco el volumen del audio y evitar la saturación.

Ecualizador (EQ): Con las tres perillas (Hi, Mid y Lo) podemos manipular las frecuencias agudas, medias y graves de nuestra entrada.

Efectos (FX): varias consolas tienen la función de efectos, en la radio comunitaria normalmente no lo usamos.

Balance (PAN): Aquí podemos controlar el balance del audio entre el lado izquierda o al lado derecha.

Volumen (LEVEL): Aquí controlamos el nivel del volumen del canal.



Canal de entradas de linea (LINE):

Estos canales son para conectar aparatos que nos dan un audio en estéreo, como la computadora o la grabadora. Estos canales están casi iguales que los canales mono pero tienen dos conectores de entrada (uno para la izquierda y otro para la derecha) y normalmente tienen menos perillas para ajustar el audio.

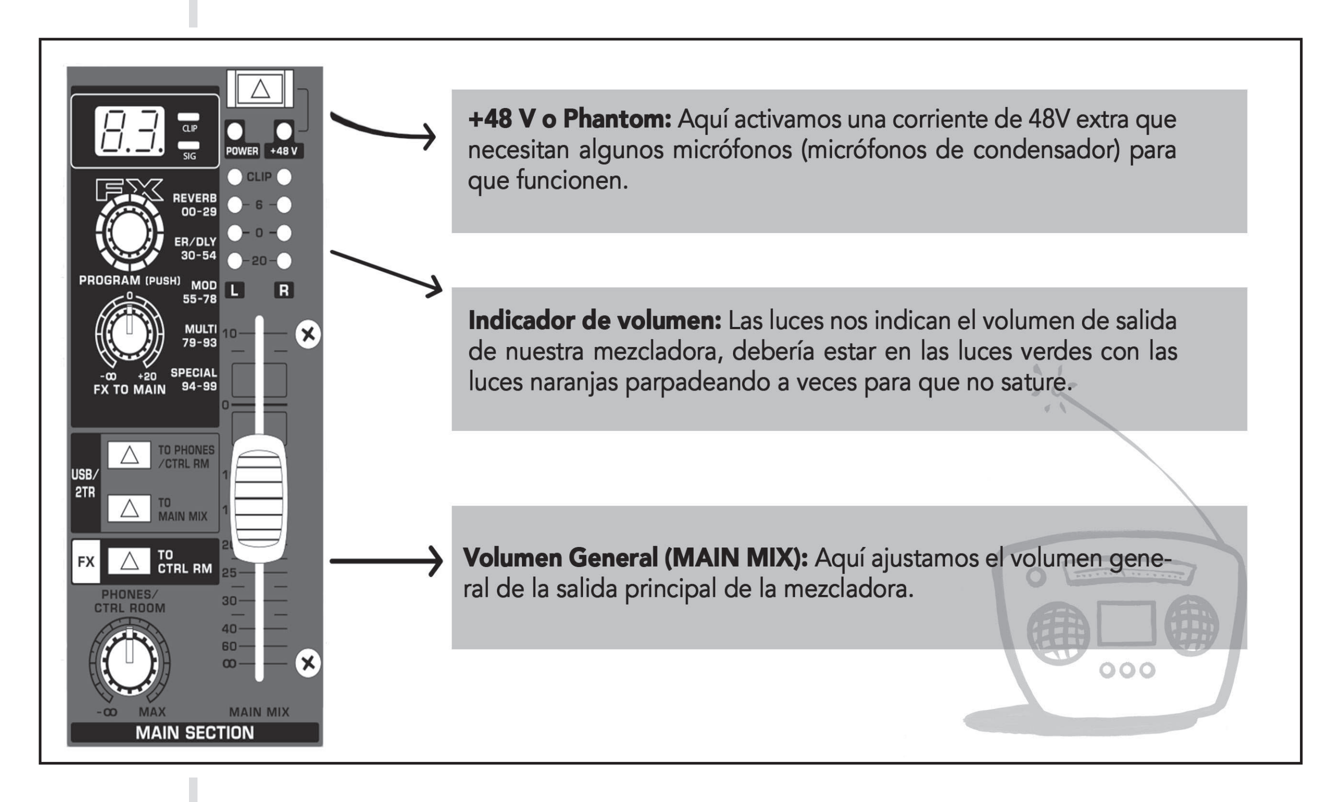
Las ilustraciones de la consola provienen del manual de Behringer





Para imitar la forma en que los oídos escuchan se inventó el sonido estéreo. Un sonido estéreo es aquel que tiene dos canales y un audio diferente por cada uno. Hay conectores y adaptadores de plug de mono y de estéreo. Se puede distinguir a través de los anillos en la punta. Hay que asegurar que para una entrada de mono usamos un plug con un anillo negro y para estéreo uno con dos anillos negros.

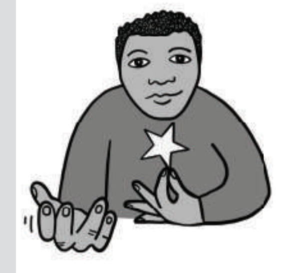
Ajustes principales:



Las ilustraciones de la consola provienen del manual de Behringer



Recomendaciones:



- **Monitorea la mezcladora con audífonos,** pero recuerda que este no necesariamente corresponde al volumen que está saliendo para el transmisor.

- **No subas los volúmenes a su máximo**, si lxs radioescuchas quieren escuchar más fuerte, son ellxs que deberían subir el volumen en su receptor de radio.

- **Limpiar la mezcladora** de vez en cuando con un pañuelo seco, para las partes menos accesibles se puede usar una brocha. Nunca debería llegar agua o humedad dentro de la mezcladora. Nunca uses alcohol u otros limpiadores agresivos.

- **¡Tener ordenados los cables!** Los cables deberían ir atrás de la mezcladora de una forma que no estorben el manejo de los aparatos. No deberían estar enredados. Puedes poner números a los cables, por ejemplo con una cinta masking tape, para identificar más fácil los dos lados de un cable.

- La mezcladora tiene varios botones y perillas, **no muevas las cosas si no sabes para que sirven**. Para el manejo de la consola durante un programa normalmente basta usar las perillas de volumen de los canales y el volumen principal. A veces nos pasa que entramos en pánico si algo no funciona y empezamos a apretar botones al azar. Esto no es una buena manera de resolver problemas y en general pone peor las cosas. ¡Toma aire y cálmate! Primero piensa bien qué puede estar causando el problema antes de mover o apretar perillas y botones o de desconectar cables.

- **Toma una foto de la mezcladora** en la cual se vea como están puestos los botones y como están conectados los cables. Esta foto se puede pegar en la cabina. También puedes poner nombres a los canales con una cinta masquin, como micrófono 1, teléfono, computadora, etcétera.



Audífonos



Los podemos conectar a la salida **phone** de la mezcladora y sirven para monitorear lo que estamos mezclando dentro de la cabina. Son una referencia sonora para lxs locutores que al escucharse, pueden mejorar el uso de la voz o el volumen de la música de fondo. Además son muy útiles a la hora de grabar y editar nuestras producciones.

Bocinas

Igual que los audífonos las bocinas nos ayudan a monitorear. No es necesario usar grandes bocinas con mucho volumen dentro de la cabina de radio. Si tenemos muy alto el volumen de las bocinas dentro de la cabina donde estamos usando un micrófono, podemos crear una falla poco agradable que se llama *feedback*. El *feedback* sucede cuando el audio se mete en un bucle infinito, entrando y saliendo por el micrófono y las bocinas, y suena ese chiflido agudo y fuerte tan molesto.





Se recomienda hacer el monitoreo de la transmisión dentro de la cabina con una radio que sintonice nuestra frecuencia. Es la única manera segura de realmente saber qué es lo que estamos transmitiendo pues ¡es lo que está saliendo al aire!

Cables de audio y conectores

Como podremos imaginar, los aparatos anteriormente descritos requieren cables para conectarlos entre ellos y para que puedan funcionar como un conjunto. Por ejemplo, el micrófono convierte el sonido en audio y necesitamos de los cables para mandar este audio a la mezcladora.

Así como en la radio existen diferentes formatos para mandar un mensaje como la noticia o la cuña, hay diferentes tipos de cables y conectores que tienen diferentes características y funciones. Es importante que conozcamos y nos aprendamos los nombres que tienen y como están conectados, así podremos resolver las fallas técnicas de una manera correcta y más rápida. Aquí les presentamos los que más se usan en la radio comunitaria, sin olvidar que cada conector existe en forma de macho y hembra.

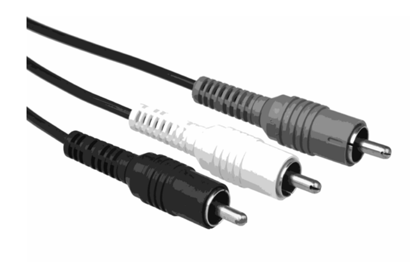
Conector Plug de 1⁄4 o Jack
Este plug puede venir en mono o en estéreo. Sabemos que un conector es mono cuando tiene sólo una raya negra. El conector estéreo tiene dos rayas negras, las cuales aíslan y separan las señales.





Conector Plug de 1/8 o Miniplug
Este plug tiene la misma configuración que el plug de 1⁄4 sólo que con la mitad de su tamaño. Este conector es muy común y es muy útil pues es el que tienen los audífonos, las salidas de audio de las computadoras y las grabadoras.

Conector RCA
Este conector por si solo es un conector mono, pero a veces vienen en pares conectados a un cable doble. Se usa para conectar aparatos a la mezcladora, como grabadoras, lectores de disco, entre otros. Muchas veces vemos cables con dos conectores RCA a un lado y un conector miniplug estéreo al otro lado. Estos nos sirven para conectar una grabadora o computadora a la mezcladora.





Conector XLR o Canon.
Este conector es el más común para conectar micrófonos. Es preferible utilizarlo en conjunto con un cable balanceado que evite que entren interferencias eléctricas que causan ruidos y nos ayuda a mantener una claridad en la voz.

Adaptadores

A veces necesitamos hacer una conexión entre dos conectores distintos, por ejemplo, ¿cómo haríamos para conectar un cable RCA a una entrada de 1⁄4”? ¡Pues aquí es donde los adaptadores nos van a salvar! No hay ninguna radio comunitaria que logre hacer transmisión sin utilizar por lo menos un par de adaptadores.

Los más comunes son:



Computadora:

Actualmente una computadora es parte esencial en una estación de radio. Una computadora nos sirve para escribir textos, para la búsqueda y la publicación de información en Internet y para la comunicación a través de un correo electrónico o chats. En la cabina además la usamos para guardar música y grabaciones, para reproducirlas y enviarlas a un canal de la mezcladora. Pero también funciona al revés, la computadora puede recibir audios desde la mezcladora. Esto nos ayuda a grabar audio o hacer una transmisión por Internet.

Ajustes de audio

Normalmente todas las computadoras tienen una tarjeta de audio interna con una entrada y una salida para audio. Esta tarjeta es para que la computadora pueda recibir y mandar audio. También existen tarjetas de audio o mezcladoras que podemos conectar con una conexión USB y la computadora puede recibir audio desde estos aparatos externos.

En la barra de menú de nuestra computadora encontramos los ajustes de audio donde podemos cambiar el volumen de las bocinas o el volumen del micrófono. Estos ajustes se abren dando clic al símbolo de bocinas. Si tenemos conectado un dispositivo externo como una mezcladora podemos elegir si la computadora trabaja con la tarjeta de audio interno o con la mezcladora.



5

LA CADENA DE LA RADIO

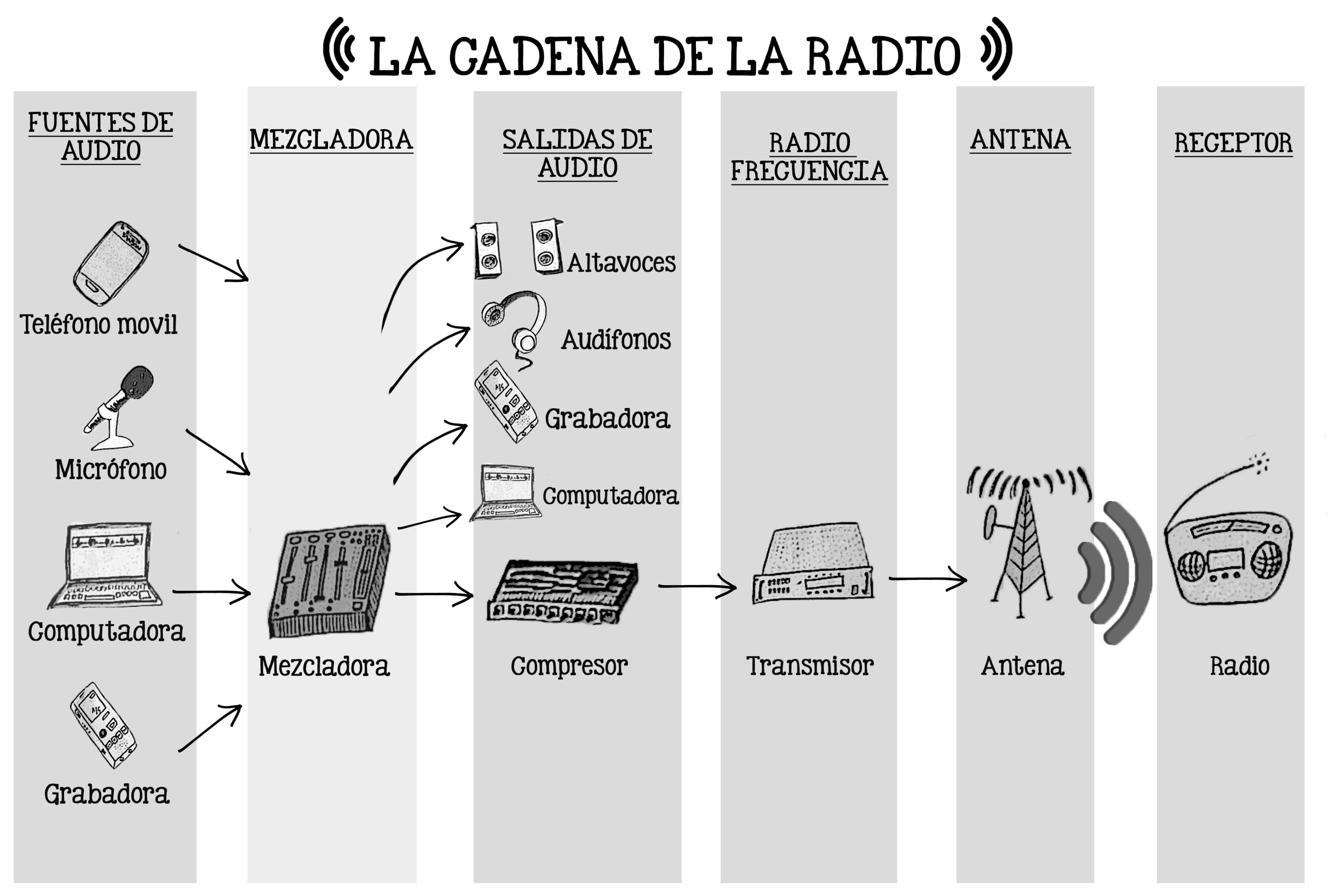
¿Y cómo funcionan todos estos aparatos en conjunto? Dijimos que la mezcladora es el cerebro de nuestra cabina. Si comparamos el conjunto de aparatos de nuestra cabina con el cuerpo humano podemos decir que el micrófono o la grabadora son como nuestros órganos sensoriales. Igual como los ojos o los oídos generan señales y los mandan a nuestro cerebro, el micrófono o la grabadora sirven para generar señales de audio que se envían a la mezcladora. Luego nuestro cerebro procesa estas señales y genera una escena completa. En la radio esta es la función de la mezcladora. Al final nuestro cerebro manda señales para que nuestro cuerpo se exprese, como cuando usamos la voz o los gestos. Para esto en la radio tenemos audífonos o bocinas o el transmisor donde al final sale nuestro audio.

Entonces podemos decir que cada aparato tiene una función y para que una radio funcione necesitamos aparatos para los siguientes trabajos:



Hay algunos aparatos como el micrófono que sólo pueden hacer una función y hay otros que pueden tener varias funciones como la computadora.
Pero ¿por qué es importante esto? porque la función de un aparato nos ayuda a definir cómo lo deberíamos conectar. Como dijimos antes la mezcladora tiene entradas y salidas. Un micrófono genera audio pero no lo puede reproducir, por eso no podemos conectarlo en una salida de la mezcladora. ¡Ímaginate, sería como si nuestro cerebro intentara hablar por nuestros oídos!

Todo este conjunto de aparatos y su conexión lo llamamos la cadena de la radio porque los aparatos funcionan uno detrás del otro, como un equipo en cadena.


LA CADENA DE LA RADIO
FUENTES DE AUDIO
Teléfono movil
Micrófono
Computadora
Grabadora
MEZCLADORA
Mezcladora
SALIDAS DE AUDIO
Altavoces
Audífonos
Grabadora
Computadora
Compresor
RADIO FRECUENCIA
Transmisor
ANTENA
Antena
RECEPTOR
Radio



TRABAJANDO CON LA COMPUTADORA

En las siguientes páginas nos enfocaremos en el uso de la computadora en la radio comunitaria. Para la realización de tareas específicas en la computadora necesitamos los programas (*software*). Para el trabajo con audio hay muchos programas que cumplen con diferentes funciones y con diferentes especificaciones.

Podemos elegir entre programas de pago o programas libres y gratuitos, hay unos más complejos y otros más sencillos y didácticos. En las siguientes páginas trabajamos con programas que funcionan en la mayoría de las computadoras y que son los más comunes en las radios de la Red Mesoamericana. Aunque no todos son libres, todos son gratuitos.

En estos tiempos la tecnología se reproduce de una forma bien acelerada y, cuando menos lo esperamos, ya hay un programa nuevo. Pero en general los programas tienen una misma base y si aprendemos a usar uno se nos facilita aprender otro más nuevo. Así que les compartimos los siguientes materiales y consejos reconociendo que no son los únicos pero que dan unos buenos cimientos para la producción radiofónica.

La mayoría de los programas aquí mencionados están en un constante proceso de mejoramiento y probablemente van a salir nuevas versiones y actualizaciones en los próximos años. Puede ser que esto cambie algunas funciones y cositas pero, si entendemos bien el funcionamiento y el principio de las herramientas, fácilmente nos podemos adaptar a estos pequeños cambios.
Una lista de otros programas que tienen las mismas funciones y que pueden ser útiles para radios se encuentra en el tutorial Libera tu radio de Radios Libres y Radialistas Apasionados.

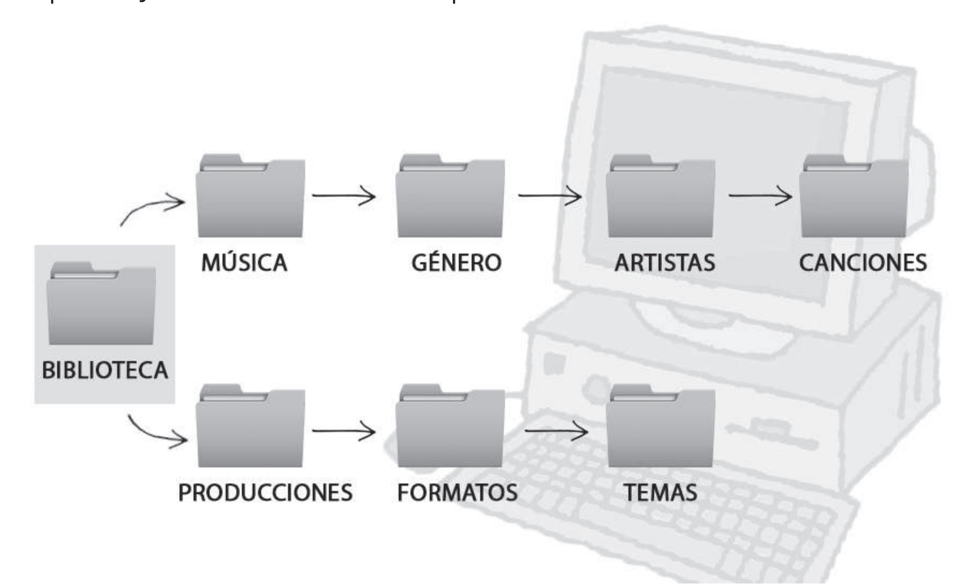
https://radioslibres.net/wp-content/uploads/media/uploads/documentos/tutorial_13_libera_tu_radio.pdf

¿Cómo podemos ordenar nuestros archivos en la computadora?

Antes de conocer algunos programas queremos poner énfasis en algo muy importante para el trabajo con la computadora: el manejo de los archivos.

Lxs corresponsalxs comunitarixs vamos produciendo y juntando mucho material. Una de las primeras cosas que hacemos después de grabar una entrevista, de hacer una cuña, de tomar una foto o de recibir un boletín o comunicado es **guardarlo en la computadora.** Al igual que con los documentos en papel es muy importante llevar una buena organización de los archivos en la computadora ya que, así, cualquier persona puede encontrar más fácilmente lo que necesita. Una cosa que hemos visto que funciona muy bien en las diferentes radios comunitarias es asegurarnos que nuestras carpetas o archivos siempre tengan por lo menos la **fecha** y el **tema** de lo que estamos guardando.

A continuación les damos un ejemplo de cómo pueden organizar las carpetas y archivos en las computadoras de sus radios comunitarias:



¡OJO! Es importante que todas las personas que tienen acceso a la computadora estén de acuerdo y sepan cómo guardar y ordenar los archivos. Sólo podemos tener una buena organización en la computadora si todxs la respetamos.

5

AUDACITY: EDITOR DE AUDIO



Este programa nos brinda la posibilidad de grabar un audio desde la computadora y editarlo. Hablamos de edición digital y el proceso de manipular el audio en la computadora: podemos mejorar la calidad, cambiar el volumen, añadir efectos sonoros o música, cortar pedazos que no nos gustan y muchas cosas más. Sobre edición y los ingredientes de las producciones radiofónicas recomendamos de leer los textos del libro **Sembrando Voces 1**

Audacity es un programa sencillo de instalar y configurar; es gratuito, libre y fácil de aprender. Está completamente traducido al español y lo mantiene una comunidad viva de usuarixs y programadorxs alrededor del mundo.

Instalación:

- Descarga Audacity para el sistema operativo de tu computadora (Windows, Mac, Linux) desde: https://www.audacityteam.org/download/
- Abre el archivo de instalación y sigue las instrucciones. Recuerda instalar en idioma español.
- En Ubuntu o Debian lo podemos instalar desde el terminal con el comando: **sudo apt install audacity**

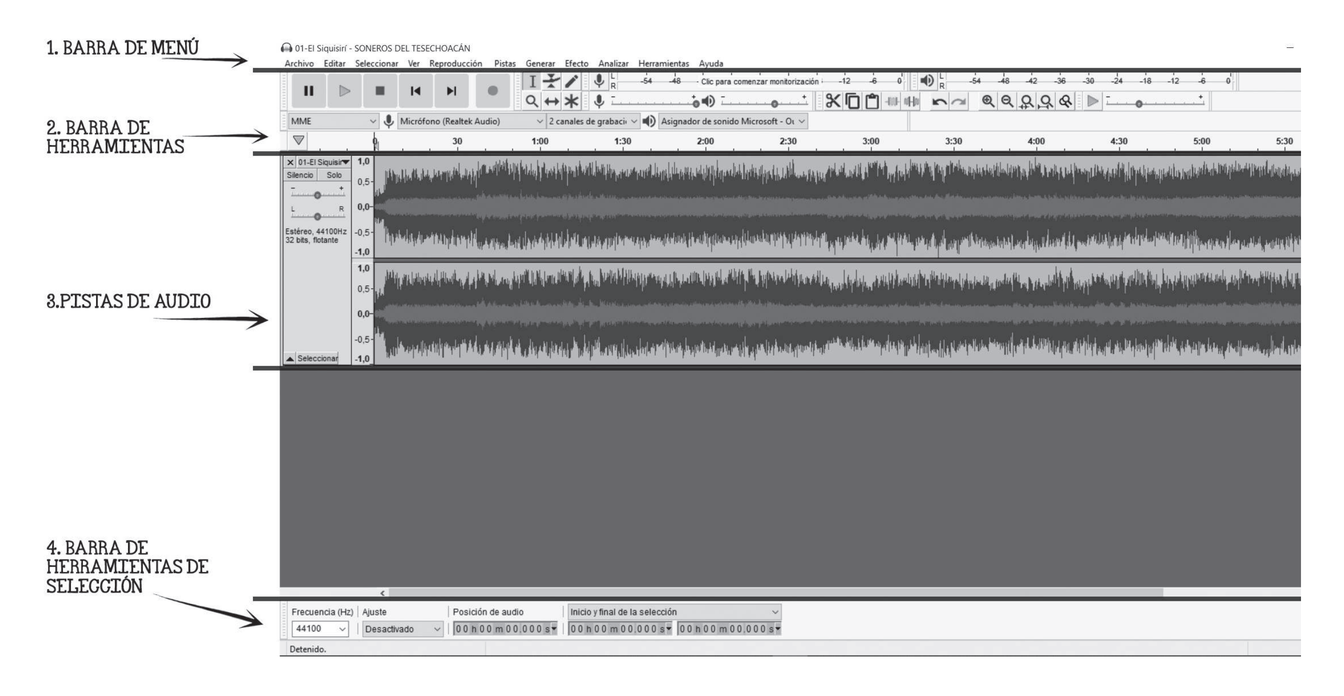
Después de la instalación tenemos el símbolo de Audacity en nuestro escritorio o menú de la computadora.



Audacity tiene muchas funciones y herramientas. En este manual sólo vamos a ver las funciones básicas para editar un audio con música y efectos sonoros. Si quieren aprender más sobre las diferentes herramientas recomendamos mirar el tutorial de KBCS FM[1] o el manual de Andreas Klug y Heike Demmel.[2]

La ventana de Audacity está dividida en diferentes secciones que contienen menús y barras de herramientas, botones gráficos y la visualización de los audios con los cuales trabajamos.

1 https://ranchoelectronico.org/wp-content/uploads/2013/11/tutorial-audacity.pdf, traducción Radio Zapote
2 https://linksunten.archive.indymedia.org/node/72463/index.html



Regularmente las pistas de audio tienen dos canales, el canal de audio derecho y el canal de audio izquierdo. Veíamos antes que son las características de una señal estéreo.

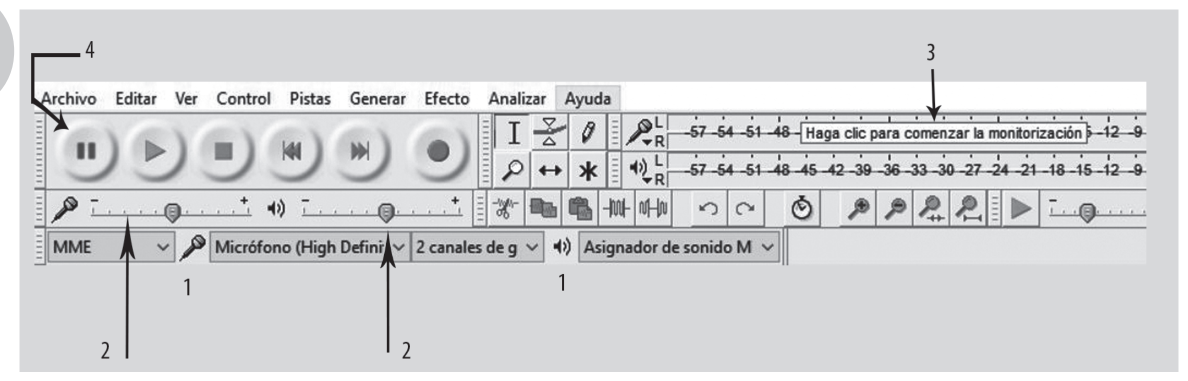


1. Borrar la pista.
2. Oprimiendo la flecha aparece un menú donde podemos cambiar el nombre de la pista y otras opciones de visualización.
3. Aquí podemos silenciar la pista.
4. Con este botón podemos silenciar todas las demás pistas.
5. Aquí podemos controlar el volumen de la pista. Hay que tener cuidado en no subirlo demasiado para que no hay una saturación.
6. Balance entre el canal de la izquierda y la derecha.
7. Reduce el tamaño de la ventana de pista.



5

Grabar con Audacity



Ajustes de audio (1):
Para grabar con Audacity tenemos que asegurar que el programa graba desde el micrófono correcto. El dispositivo de entrada de sonido (micrófono, line-in, etcétera.) se puede escoger en la barra de herramientas. Podemos elegir en la casilla con el icono del micrófono qué entrada está usando el programa. En la casilla con el icono de la bocina podemos elegir la salida de audio.

Barra de volumen (2):
Aquí podemos ajustar el volumen de entrada y de salida.

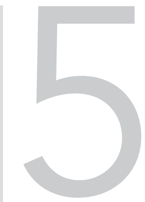
Herramientas de medición (3):
Aquí podemos ver si la grabación funciona, al hacer clic en la indicación donde dice Haga clic para comenzar la monitorización. De esta manera se muestra el nivel de la entrada. Para que la grabación no esté saturada el volumen no debería subir más que -6 dB.

Barra de controles (4):
Con los controles podemos iniciar, pausar y parar la reproducción de un audio. Para comenzar a grabar un mensaje de voz presionamos el botón rojo redondo. Audacity inicia automáticamente una nueva pista cuando empieza a grabar y vemos como se dibuja una señal de audio color azul en la nueva pista.

Con el botón pausa podemos pausar la grabación y con el botón stop se termina. La grabación que se registra en nuestro primer canal de Audacity debería tener un buen nivel de volumen, no debería estar saturada ni muy baja.



¡OJO! La edición nos da la posibilidad de mejorar audios, pero no puede hacer milagros. Siempre tenemos que intentar grabar en la mejor calidad posible, sin mucho ruido de fondo y sin saturación pues luego se dificulta mucho poder corregirlo.



Se produce una saturación cuando el volumen del sonido o del audio supera la capacidad del aparato para grabar o emitirlo con claridad. Audacity tiene una herramienta que hace visible las saturaciones en una pista de audio. Se encuentra en el menú **Ver – Mostrar distorsión.**

Limpiar un audio

El próximo paso es limpiar el audio, quitarle los silencios muy largos o partes donde nos hemos equivocado durante la grabación. Para esto usamos la caja de herramientas. Aquí explicamos brevemente estas herramientas:



- **Herramienta de selección (línea)** Con ella seleccionamos una parte de un audio que queremos eliminar o una parte que queremos copiar o recortar.

- **Herramienta envolvente (triángulos)** Con un clic muestra puntos en la pista que podemos subir o bajar para afectar al volumen del audio. Se usa por ejemplo para moderar la música de fondo.

- **Herramienta de dibujo (lápiz)** Es una herramienta muy fina para poder modificar pequeños detalles o ruidos específicos en un audio. Para que funcione nos tenemos que acercar con la herramienta lupa lo suficiente para ver puntitos en el audio.



- **Herramienta de ampliación (lupa)** Cuando tenemos audios que duran varios minutos es necesario usar la herramienta de ampliación para acercarse a editar partes específicas o alejarse para mirar el audio completo.



- **Herramienta de desplazamiento en el tiempo** (flechas a la izquierda y derecha) Nos sirve para desplazar un audio o una selección de audio.



- **Multiherramienta (asterisco)** Una función que junta todas las herramientas anteriores. Es más complejo usarla y necesita algo de tiempo para agarrarle el truco, pero es la forma más rápida ya que no es necesario cambiar de herramienta.



Lo primero que tenemos que hacer para limpiar el audio entonces es seleccionar la herramienta línea I y con ella hacer clic en el punto de la pista donde empieza el pedazo que queremos eliminar y, manteniendo apretado el botón del ratón, seleccionarlo todo lo que queremos borrar. Nos daremos cuenta que está seleccionado porque cambia ligeramente de color. Luego presionamos la tecla suprimir o también podemos ir al menú **Editar – Eliminar.**



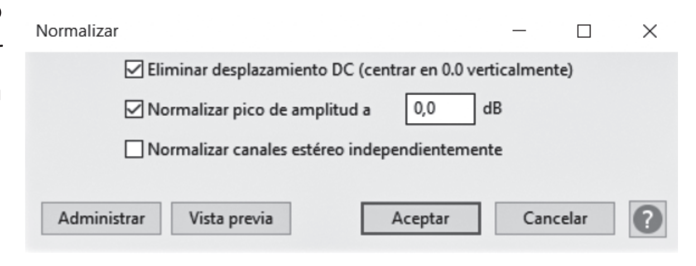
¡OJO! Si el botón de pausa está activada en algunas versiones de Audacity la edición está bloqueada y no podemos hacer cambios en el audio. Siempre cuando queremos editar tenemos que estar en stop.

Después de hacer un cambio volvemos a escuchar el audio para ver si no hemos borrado demasiado o si hace falta de borrar más. Si no nos gusta como queda podemos deshacer el último cambio que hemos aplicado con menú **Editar – Deshacer** o con el símbolo de la flecha en la barra de herramientas.

Normalizar

La normalización sirve para que todas las pistas tengan una intensidad de volumen similar. Para aplicarlo seleccionamos todo nuestro audio y vamos a menú **Efectos – Normalizar.**

La opción **Eliminar cualquier desalineación vertical** sirve para centrar los audios a 0 dB. **Normalizar máxima amplitud** a –1 dB amplifica el pico máximo del audio a –1 dB y aplica al resto de la selección el mismo factor de amplificación. El mismo resultado se puede lograr con el efecto **Amplificar**. Para evitar que en un proyecto con varias pistas el volumen final de un audio sea demasiado alto recomendamos mantener las pistas individuales en un nivel inferior a –1 dB.



Guardar nuestro proyecto

¡Nunca olviden guardar su proyecto! Es recomendable salvar el proyecto cada 5 minutos más o menos, así evitamos pérdidas de información si el programa se congela o la computadora tiene alguna falla.

Vamos al menú **Archivo - Guardar proyecto**. En la ventana que se abre ponemos un nombre y decidimos donde guardarlo. Damos clic en **Guardar** y… ¡listo!

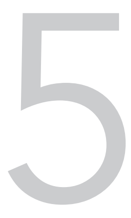
¡OJO! Audacity genera varios archivos para guardar un proyecto. Un primer archivo con la terminación .aup (Audacity proyect) que contiene las gráficas de las ondas del audio y otro archivo en forma de carpeta (Nombredelproyecto_Data) que contiene los archivos de nuestro proyecto. El archivo .aup y la carpeta deben mantenerse juntos, donde hayamos decidido guardarlos, si se separan estos archivos ya no será posible abrir el proyecto.

Agregar música de fondo y efectos sonoros

Audacity cuenta con las funcionalidades de **Edición de audio multipista**, lo que significa que podemos trabajar entre varias pistas de audio. Con las pistas separadas podremos cambiar mejor los parámetros de cada pista, lo que nos ayudará a tener mayor control en lo que estamos editando.

Ahora que ya tenemos nuestra primera pista con la grabación, vamos a agregar dos pistas más: una para la música de fondo y otra para los efectos sonoros.

Si usamos música de fondo es recomendable que usemos la que no tenga letra porque la voz de una canción de fondo puede quitar la atención de la voz grabada.



Importar pistas de audio en Audacity:

- Vamos al menú **Archivo – Importar – Audio**.
- Se abrirá una nueva ventana y ahí buscaremos en la carpeta donde tengamos nuestra música. Señalamos el audio y damos clic en **Abrir.**
- Nos aparece inmediatamente una nueva pista abajo de la primera pista. Esta pista contiene la música que escogimos.

Estos mismos pasos los podemos repetir para agregar una tercera pista con un efecto sonoro. Podemos importar tantas pistas de audio como queramos y estas se irán sumando como nuevas pistas de audio en la parte inferior. Para tener más control recomendamos tener una sola pista para grabaciones de voz, una pista para música y una pista para todos los efectos sonoros. Con la **Herramienta de Desplazamiento** en el tiempo podemos cambiar audios entre las pistas luego podemos eliminar las pistas sobrantes.

Reproducimos ahora nuestro proyecto de Audacity vamos a escuchar todas las pistas al mismo tiempo. Si lo que queremos es que empiece primero la música y después aparezca la grabación de voz tendremos que mover el pedazo de la voz un poco hacia la derecha. Para eso, elegimos la **Herramienta de Desplazamiento,** vamos sobre el pedazo de voz que queremos mover, hacemos clic sin soltar el botón y jalamos hacia la derecha. Vemos que el audio se mueve sobre la línea de tiempo. De la misma forma podemos acomodar el audio con el efecto sonoro.

El audio de la música probablemente es mucho más largo que la grabación. Pues ahí tenemos que elegir la parte que queremos y borrar lo demás, igual como hicimos antes borrando partes de la grabación. **La Herramienta de Ampliación** sirve para alejar o cercanos en la pista de audio.

Seguramente nos va a parecer que la música está demasiado fuerte y no se escucha la voz de la grabación. Podemos bajar el volumen de la música mientras suena la voz, con la **Herramienta Envolvente**. Si hacemos un clic sobre la pista de audio, aparecen unos puntitos blancos, hay que poner dos puntitos justo al principio del lugar donde coincide la voz con la música y dos puntitos al final. Ya que tenemos los puntitos hechos, hay que ponerse justo encima de ellos (si no, al hacer clic, se nos irán creando nuevos puntos) y jalar los que están más al medio para abajo.

Los efectos de Audacity

Ya vimos las herramientas básicas y algunas técnicas sencillas que nos sirven para limpiar un audio y hacer algunos cambios básicos. Aunque muchos de los audios que vamos recogiendo y grabando no necesitan mucho trabajo, cuando queremos hacer producciones más elaboradas, existen otras herramientas que nos permiten manipular el audio aún más.

Audacity cuenta con un **Menú de efectos**. Los efectos son las herramientas de edición de audio más potentes (y también las más exigentes, ya que nos exigen mucho cuidado y cálculo). Con los efectos podemos abordar todo tipo de tareas, como: ajustar el volumen, crear ecos, cambiar el ritmo, el tono o la velocidad. Podemos, por ejemplo, cambiar un audio que grabamos en un cuarto pequeño para que suene como si lo hubiéramos grabado en un auditorio grande ¡¿Y eso cómo?!

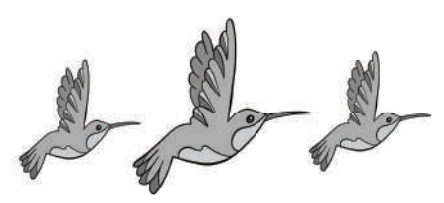
Aquí veremos algunos de los efectos más comunes con su respectiva explicación, pero definitivamente la mejor manera de aprender es picarle a los botones y así ir aprendiendo en la práctica cuáles nos sirven y cómo usarlos. Una descripción más detallada de los efectos de Audacity y cómo usarlos se encuentra en el **Manual 4 de la Escuelita de Comunicación Popular de COMPPA**.

Todos los efectos se aplican de igual forma: se selecciona el fragmento de audio sobre el cual se desean aplicar y se ejecuta el comando correspondiente del menú **Efectos**. Te invitamos a jugar y hacer todas las pruebas que necesites en un audio. Si se estropea no pasa nada, lo podemos deshacer ¡Ahí está la magia de la edición!

¡OJO! No hay que confundir los efectos sonoros con los efectos de Audacity. Los efectos de Audacity son una herramienta del programa. Los efectos sonoros o sonidos ambientales son audios que nos ayudan a describir una situación o un ambiente, por ejemplo: un perro que ladra.

5

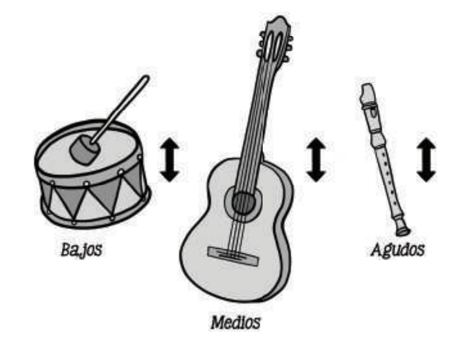
Aparecer y desvanecer progresivamente: Si queremos que la música no empiece ni acabe de golpe tenemos un efecto que nos puede ayudar. Hay que seleccionar una parte del principio e ir al menú **Efectos – Aparecer progresivamente.** Si queremos el mismo efecto, pero al final, para que la música vaya desapareciendo, haremos el mismo proceso pero con el efecto **Desvanecer progresivamente.**


Aparecer / desaparecer progresivamente


reducción de ruido / reparación

Los efectos **Reducción de ruido, Reparación y Eliminación de click** nos ayudaran a mejorar un audio que posiblemente tenga alguna falla leve en su grabación o ruidos en el fondo. Pero ¡OJO! no funciona con grabaciones de muy mala calidad.

Los efectos **Compresión, Ecualización y Graves y agudos** nos ayudarán a resaltar o suavizar aquellos sonidos con frecuencias altas o bajas o los sonidos que estén muy altos o muy bajitos en volumen. Para usarlo deberemos tener paciencia y poner atención en el audio después de aplicar el cambio.



Los efectos **Cambiar de ritmo, Cambio de tono, Cambiar fase y Cambiar velocidad** son útiles en las producciones creativas para modificar, por ejemplo, las voces de las personas.


cambiar de velocidad

Por último los efectos **Eco, Repetir y Wah wah** afectarán el audio de tal manera que lo distorsionarán a distintos niveles. Se usarán más en los formatos creativos o para dar importancia o resaltar frases en cuñas o spots.



Formatos de audio digital

En la computadora existen diferentes tipos o formatos de archivos. Esto se puede ver en la terminación de un archivo después del punto, como .doc, .odt, .mp3. Cada programa sólo puede trabajar con ciertos formatos de archivos. Ya hemos visto que los proyectos de Audacity se guardan con una terminación de .aup. Pero este tipo de archivo sólo podemos abrir con el programa Audacity. Para que otros programas puedan reproducir nuestro audio tenemos que cambiar el formato del archivo.
Existen diferentes formatos de audio que se distinguen entre comprimidos y no comprimidos.

Los formatos comprimidos del audio digital son aquellos que para lograr pesar menos hacen archivos más pequeños pero en donde se recorta la calidad del audio. A menor calidad el audio pesa menos, a mayor calidad aumenta su peso. Los formatos comprimidos son:

.MP3 .OGG .M4A .Opus

Los formatos no comprimidos del audio digital son los que guardaran la calidad y peso de las grabaciones de audio dando mejor calidad de sonido, pero para poder mantener la alta calidad pesan mucho más que un archivo comprimido. Los formatos no comprimidos son:

.WAV .AIFF .FLAC

El peso de los archivos se mide en **Megabites (MB)**. Un archivo de 20 minutos puede ser de calidad media y pesar poco, por ejemplo 20 MB. El mismo archivo con mayor calidad de exportación puede pesar hasta 80MB. Con pesar nos referimos al tamaño que ocupará en la memoria digital.

Como mencionamos, un audio puede ser **estéreo o mono**. A la hora de exportar el peso será el doble si el audio es de dos canales (Stereo).

La decisión del formato en que exportamos nuestro audio depende del uso que le queremos dar. Si queremos compartirlo por un chat, por los teléfonos o subirlo rápidamente a una página web; podemos escoger un **formato comprimido** para que lo podamos mandar o subirlo a Internet más rápido.

Si vamos a reproducir nuestro audio en un equipo de sonido en un espacio público, al aire libre o lo grabamos en un CD; los formatos **sin comprimir** nos darán la posibilidad de mantener una mejor calidad del audio.

Exportar nuestro proyecto de Audacity

Exportar es el último paso de la edición. Exportar significa que vamos a unir nuestras pistas de audio y transformar nuestro proyecto de Audacity en otro formato que nos permite de reproducirlo con otros programas de audio.

Uno de los formatos más usados en el audio digital es el formato .mp3. Este formato es de buena calidad a un peso relativamente mínimo.

> Versiones antiguas de Audacity no incluyen el formato .mp3 desde su instalación y necesitamos un *plugin*: un pequeño programa que requiere Audacity para poder exportar archivos al formato .mp3. Este plugin se llama LAMELIB y se puede descargar gratuitamente de Internet.

En el menú **Archivo** de Audacity podemos encontrar la función **Exportar** o **Exportar selección**. La primera exporta todo nuestro audio y la segunda sólo la selección de audio que previamente señalemos.

Posteriormente elegimos el formato y la carpeta en donde vamos a exportarlo, al dar clic en guardar nos aparecerá una pantalla que nos invita a escribir la información exacta del audio como: nombre, año o artista. A estos datos se les llama **metadatos**.

Los metadatos sirven para que los lectores digitales de la música puedan informar del nombre del audio y sus características principales. Así, por ejemplo, será más fácil encontrar nuestros audios dentro de la computadora si poseen algunos metadatos como nombre, fecha de realización o artista, porque son pistas que damos a los buscadores para que encuentren estos archivos. Los metadatos facilitan el trabajo a la hora de intercambiar archivos. Páginas como YouTube por ejemplo, lee estos metadatos para proporcionarlos a quien los escucha o descarga.

Editar etiquetas de metadatos

Use las teclas de cursor (o Intro después de editar) para desplazarse por los campos.

Etiqueta	Valor
Artista	Red Mesoamericana
Nombre de pista	Cuña - Dia del agua
Título del álbum	
Número de pista	
Año	2020
Género	cuña
Comentarios	

Agregar Eliminar Limpiar

Géneros: Editar... Restablecer...

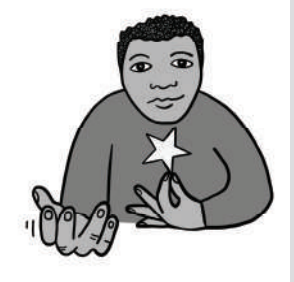
Plantilla: Cargar... Guardar... Establecer valores predeterminados

No mostrar esta advertencia al exportar audio

Cancel OK

¡OJO! Cuando exportamos un proyecto de Audacity a otro formato que no sea .aup se van a juntar todas las pistas de audio en este nuevo archivo. Por eso es muy importante que guardemos y conservemos el proyecto en .aup para poder seguir haciendo más cambios si lo necesitamos.

5



Recomendaciones:



- Es recomendable guardar nuestro trabajo en Audacity frecuentemente. Antes de guardar hay que escuchar el proyecto completo para ver si está bien, porque recuerden que después de guardar ya no funciona el **Deshacer.**

- La fatiga auditiva a la que estemos expuestos por varias horas de trabajo, además de la vista en la pantalla y la concentración necesaria para grabar y editar, cansa. Es recomendable hacer un descanso de 5 a 10 minutos por cada hora de trabajo y después de tres horas tomar un descanso de al menos media hora. Esto ayuda a relajar la mente y a descansar los oídos y la vista ¡y así editar mucho mejor!

- Mezclar significa poner en el orden de aparición las partes que nuestro guion contiene y que le dan sentido a la producción cuando aparecen una detrás de la otra y se entrelazan. Al igual que el guion tiene un elemento creativo, la grabación y el trabajo de mezclar también. El ritmo de las palabras, el entrar y salir de la música y los efectos o el cómo lo combinamos, es el espacio donde tenemos que meter nuestra creatividad. Como cualquier composición requiere de un ritmo propio que se plantea desde el tema, el objetivo y en la manera en la que va a ser tratado.

- Recordemos que es el sonido con lo que trabajamos y que el resultado más fiel no nos lo darán unos dibujitos de ondas en la pantalla, sino nuestros propios oídos. Mezclar va más allá de sólo cortar y pegar partes y acomodarlas en Audacity. Tomemos en cuenta a nuestro público y objetivo, preguntémonos como se sentirán al escuchar lo que estamos preparando e intentemos componer una mezcla con una imagen sonora que consiga atrapar a nuestra audiencia

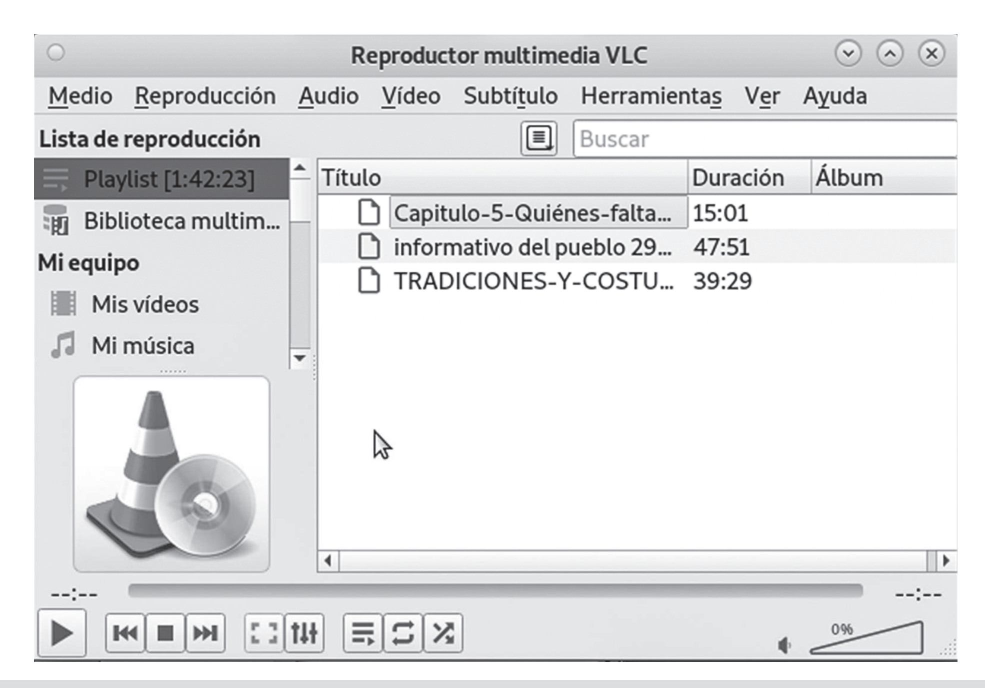
LISTAS DE REPRODUCCIÓN

En la radio las listas de reproducción (Playlists) son un elemento fundamental para la programación musical. Podemos generar listas como queramos pero comúnmente se busca que los audios en una misma lista tengan una coherencia en el mensaje o el estilo musical. Algunos ejemplos son listas de canciones con las siguientes características de:

- Un solo estilo musical (ej. salsa).
- Un solo estilo pero de diferentes culturas (ej. salsa cubana).
- Un estilo musical basado en los instrumentos (ej. violinistas).
- Un autor específico (ej. Bob Marley).
- Una época específica (ej. años 80s).
- Un día específico de la semana (ej. música del lunes).
- Un mismo tema, sin importar el estilo (ej. música revolucionaria).
- Una temática musical común (ej. música romántica).

Para armar nuestra lista de reproducción no sólo podemos usar canciones, podemos alternar música con cuñas, entrevistas y otras producciones.

Las listas de reproducción también nos sirven para nuestros programas en vivo. Tenemos que llegar a la cabina de la radio un poco antes de que empiece el programa para buscar los audios en la compu y armar nuestra lista. Así, mientras estamos locutando, tenemos todos los audios que necesitamos a la mano.





HACER LISTAS DE REPRODUCCIÓN CON VLC

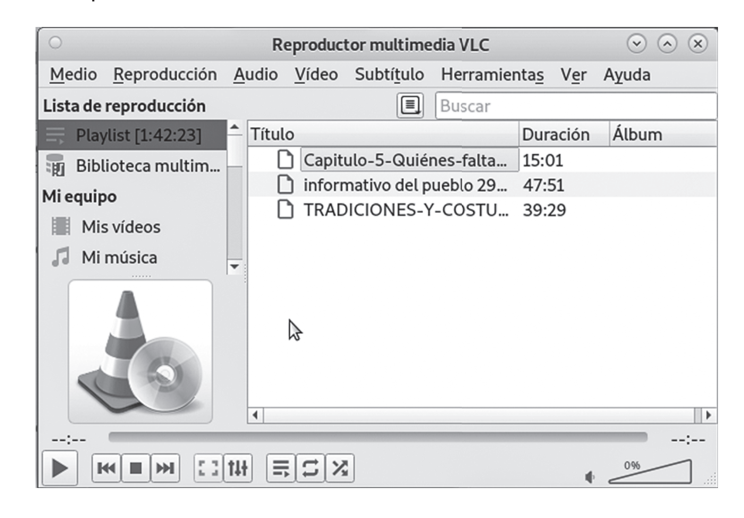
VLC media player es un reproductor multimedia, gratuito y libre. Es capaz de reproducir casi cualquier formato de vídeo o audio. En esta sección sólo vemos cómo podemos reproducir audio y hacer listas de reproducción. Pero el VLC tiene muchas más funciones. Puede conectarse a transmisiones en Internet y sirve para convertir un archivo de audio a otro formato. Para conocer más sobre estas funciones les invitamos a leer los manuales de Radios Libres.[1]

Instalación: El programa de VLC se puede descargar en https://www.videolan.org/vlc/#download
En Ubuntu o Debian lo podemos instalar desde el terminal con el comando: **sudo apt install vlc**

Después de la instalación encontramos el símbolo de VLC en nuestro escritorio o menú de la computadora.

Para hacer una lista de reproducción con el VLC damos clic al símbolo de **Lista de reproducción**.

Desde el navegador de archivos podemos arrastrar y agregar audios a la tabla de reproducción y ya tenemos nuestra lista. Con los botones de control que se encuentran en la parte de abajo podemos iniciar, pausar y detener la reproducción de la lista. Para guardar vamos a menu **guardar lista de reproducción en Archivo** ... y con menú – **Abrir archivo** podemos abrir una lista que hayamos guardado anteriormente.



1 https://radioslibres.net/sacale-el-jugo-al-vlc/, https://radioslibres.net/utiliza-vlc-para-escuchar-tus-radios-favoritas/

AUTOMATIZAR CON ZARA RADIO

Con el Zara Radio podemos tener a la mano cualquier audio que tengamos en la compu y controlar el orden en que van apareciendo. Pero el Zara Radio puede hacer mucho más. Es un programa de automatización de emisoras de radio. ¿Qué significa esto? Se habla de "automatización" porque nos da la oportunidad de que la radio funcione de manera "automática", planeando listas de reproducción que se van reproduciendo "solas". Pero ¡OJO! esto no quiere decir que podemos dejar la radio abandonada... El Zara nos ayuda, no trabaja por nosotrxs.

Zara Radio es un programa gratuito, pero no libre. Está hecho para Windows pero con algunos trucos funciona también en Linux. Su apariencia es muy gráfica y didáctica. El programa y el manual[1] se encuentran en español. También existe una versión de paga que se llama Zara Studio.

> Zara Radio no es software libre, es propiedad privada que se puede usar gratis y que está hecho para promover la compra del programa Zara Studio. Desde varios años ya no hay actualizaciones de Zara Radio y el proyecto parece abandonado, sin embargo todavía funciona bien en las más recientes versiones de Windows y Linux.
> Decidimos usar en este manual el Zara Radio porque en la gran mayoría de las radios comunitarias de la Red Mesoamericana se sigue usando por su gran variedad de funciones, su fácil manejo y su estabilidad.
>
> Pero hay muchas alternativas de programas de automatización que son de software libre y les invitamos de conocerlas. Algunas de estos son:
> Rivendell: http://www.rivendellaudio.org/
> Libretime: https://libretime.org/
> G–Radio: http://www.g-radio.org/

Instalación: El programa de Zara Radio se puede descargar en https://www.zarastudio.es/es/download.php. La versión gratuita (**Free Version)** se encuentra al final. La instalación de Zara Radio es la misma que la de otros programas en Windows y bastará aceptar la licencia y seguir las instrucciones de instalación. En linux hay que instalar el programa wine para poder usar Zara Radio.

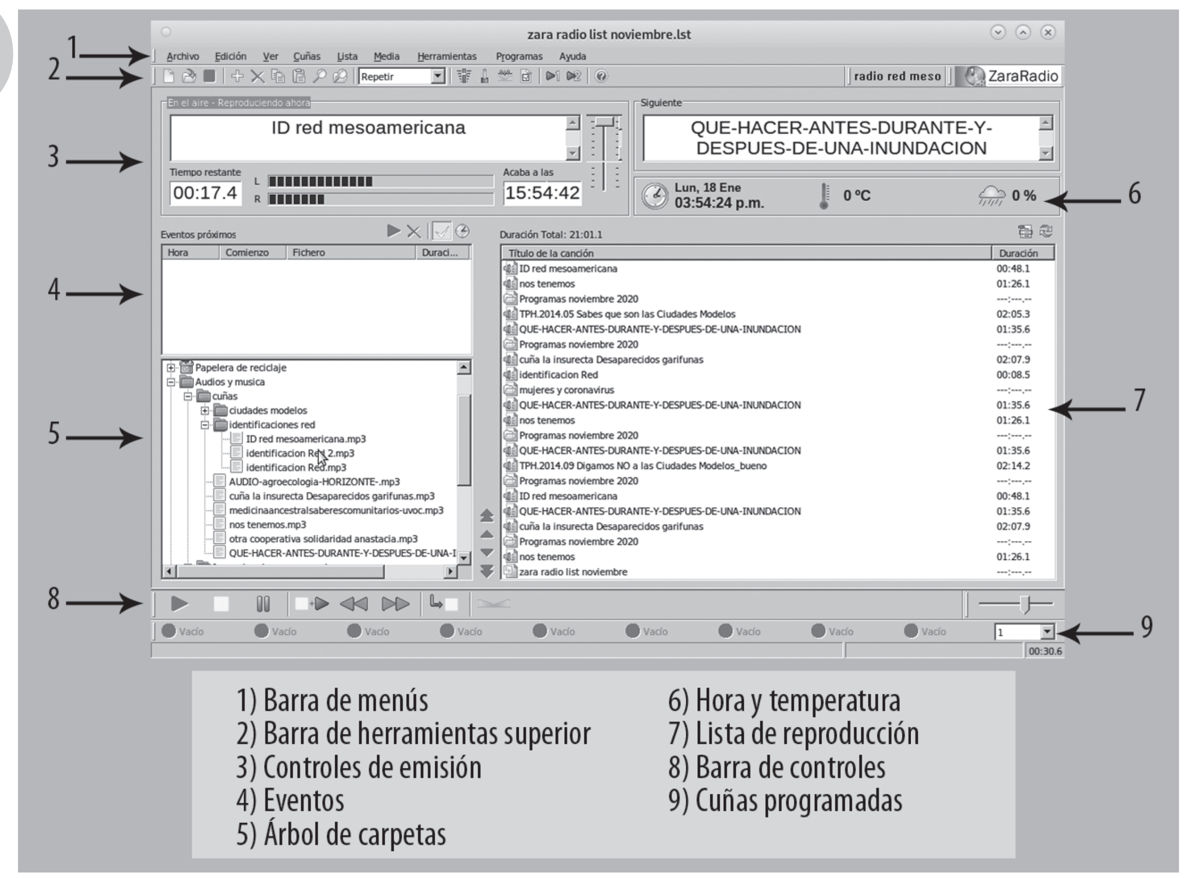
Después de la instalación tenemos el símbolo de Zara Radio en nuestro escritorio o menú de la computadora.





1 http://www.zarastudio.es/downloads/ManualUsuario_es.pdf

La pantalla principal de Zara Radio



Árbol de carpetas

Esta ventana se encuentra del lado izquierdo y es como un espejo de las carpetas que hay en la compu. En esta ventana podemos buscar archivos que tenemos guardados en nuestra biblioteca de audio y agregarlos a una lista de reproducción.

Si queremos añadir nuevas canciones a nuestra biblioteca de audio tenemos que hacerlo desde el navegador de archivos y luego actualizar el Árbol de carpetas para que aparezcan en Zara Radio. Esto se hace en el menú **Ver — Actualizar Árbol**.

¡OJO! El secreto del funcionamiento de Zara Radio está en cómo guardamos y ordenamos nuestra biblioteca de audio en la compu. Si los archivos están desordenados va a ser más difícil encontrarlos en Zara Radio.

Lista de reproducción con Zara Radio

Para armar nuestra lista de reproducción sólo tenemos que encontrar el audio que queremos usar desde el "Árbol de carpetas" y jalarlo hasta la ventana de lista de reproducción que tenemos a la derecha. Podemos añadir cuantos audios queramos, incluso para completar horas de programación. De esta manera la ventana de la derecha será en la que veremos las canciones reproducirse en el orden que nosotrxs escojamos.

Una vez armada nuestra lista de reproducción sólo tenemos que darle doble clic al primer audio de la lista y todos los demás audios solitos se van a reproducir en el orden en que aparecen. La canción que se está reproduciendo aparece resaltada en rojo, así podemos saber por dónde vamos de nuestra lista.

En la ventana arriba a la izquierda podemos ver las informaciones de la pista que está sonando en el momento. El nombre de la pista, el artista, el tiempo que dura y la hora en que termina. Esto nos ayuda a calcular mejor los tiempos de nuestra lista de reproducción. Al lado derecho encontramos la información de la siguiente pista que va a sonar.



El programa tiene abajo los botones de control (igual que cualquier reproductor de música) para detener, pausar, adelantar o retroceder audios de la lista. Es posible decirle al programa "no hay siguiente canción" pulsando el botón y así la reproducción de la lista acabará al finalizar la canción que está sonando.

Arriba en la barra de herramientas veremos varios iconos de acción donde podemos abrir una nueva lista, abrir una lista guardada, guardar listas, añadir y eliminar audios de la lista y otras cosas.



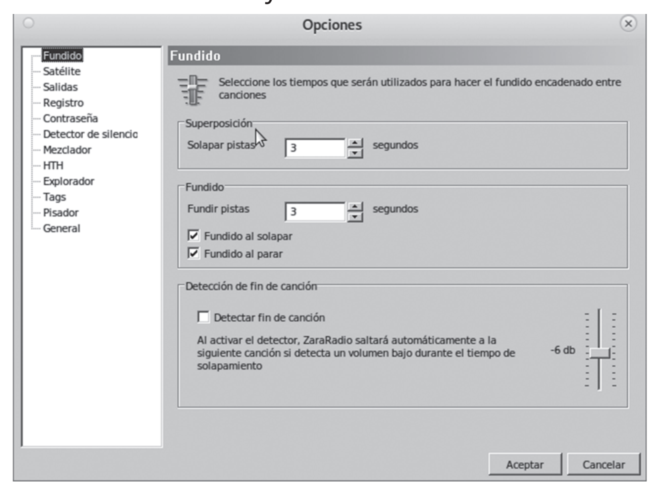
Con la pestaña podemos cambiar el modo de reproducción de la lista.

- **Normal.** Las canciones de la lista se reproducirán de arriba hacia abajo y la reproducción se detiene con la última canción en la lista.

- **Repetir.** Igual que el Normal pero cuando la lista termina esta vuelve a iniciar.
- **Barajar.** Se mezclarán las canciones de la lista y luego se reproducirá.
- **Manual.** Sólo se reproduce la canción seleccionada.
- **Aleatorio.** El programa elegirá el orden en el que las canciones se reproducen.

Fundido:

Para atenuar las transiciones entre canciones y suavizar el efecto de la programación continua, Zara Radio ha incluido una función llamada **Fundido.** Ésta baja automáticamente el volumen al final de una canción mientras la siguiente va empezando a subir de volumen. El **Fundido** es una transición entre las canciones que se escucha más natural y no tan abrupto.



Para modificar el fundido de las pistas vamos al menú **Herramientas – Opciones** y aparece una ventana con un menú a la izquierda. El primero es **Fundido** y ahí podemos modificar los ajustes de la transición entre canciones.

Guardar listas de reproducción

Una vez que ya tenemos preparada nuestra lista de reproducción hay que guardarla. Para esto vamos al menú **Archivo – Guardar** o al icono del disquete en la barra de herramientas. La Playlist tendrá el formato **.lst.** Dando clic en el **icono de la carpeta abierta** o en menú **Archivo – Abrir** podemos abrirla de nuevo.

Recomendamos crear una carpeta con el nombre "Playlists" en tu biblioteca de audio para guardar todas las listas de reproducción en un mismo lugar.

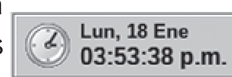


Locución de hora

Zara Radio puede anunciar la hora cuando hagamos clic en el relojito que se encuentra en la parte de arriba. Esta locución la podemos agregar a la lista de reproducción o la podemos programar en los eventos dentro del mismo programa (esto lo veremos en unos pasos más adelante). Pero para que funcione tenemos que agregar unos archivos de audio que contienen la locución de los minutos y horas.

Lo primero que tenemos que hacer es descargar los archivos de locución horaria que necesita Zara Radio para poder ejecutar esta función. Este archivo lo podemos encontrar en la radioteca.net[1]. Tenemos que descomprimir los archivos y guardarlos en la carpeta donde tenemos instalado el software para Zara Radio.

Ya que los archivos de hora estén guardados, en el Zara Radio sonará la locución de la hora cuando hagamos un clic al relojito que se encuentra en la parte de arriba.



Además, Zara tiene la función de locución de la temperatura y la humedad (pero sólo funciona si estamos conectados a Internet). Para la instalación de esta función recomendamos seguir las instrucciones del manual oficial.

Programación de cuñas

Otra herramienta muy útil que tiene Zara Radio es la programación de cuñas. En la parte de abajo de la pantalla hay una lista de números que nos permiten tener a la mano aquellas cuñas e identificadores que se estén usando mucho en determinado momento. Esto es muy práctico, porque para reproducir estas cuñas ya no hace falta que las jalemos del **Árbol de carpetas** hasta la lista de reproducción. ¡Sólo hay que darle un clic sobre el número en que están programadas y ya suenan!



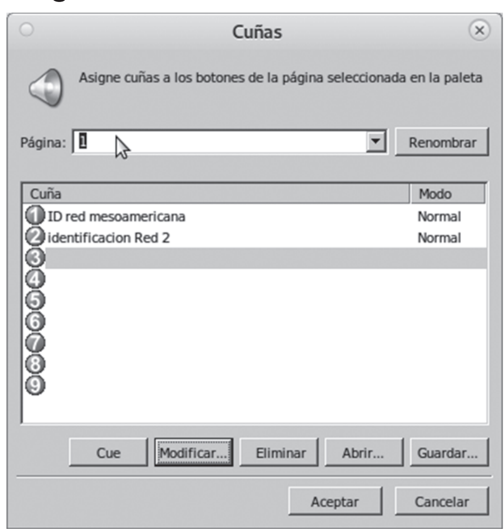
Vamos a ver como programarlas. Lo primero es ir a menú **Cuñas**. Ahí se abre una ventana y aparecen los números de las cuñas como en la parte de abajo del programa, damos clic en **Editar cuñas**.



1 https://radioteca.net/audio/locucion-hora-zara-radio/

5

En la ventana que se abre podemos asignar una cuña a cada número. Si damos doble clic en el círculo con el número se abre otra ventana donde tenemos que buscar la cuña que queremos programar. Ahí seleccionamos y damos clic en **Abrir.** Vemos que, donde antes aparecía vacío al lado del círculo azul, ahora nos aparece el nombre de la cuña que seleccionamos. Podemos programar hasta nueve cuñas, cada una en su número. Ya que tenemos las que queremos, le damos clic en **Aceptar.**

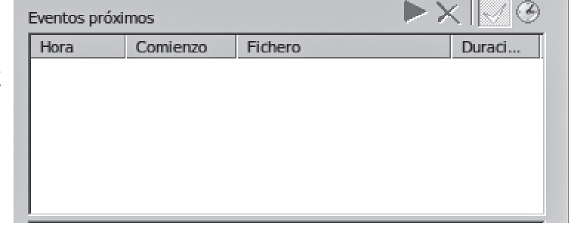


Vemos que se nos irán colocando las cuñas programadas en la parte de abajo de Zara Radio, cada una en el número que asignamos. Para hacer que una cuña suene sólo bastará dar un clic en uno de los círculos que aparecen en la barra de números. Aparecerá en color azul, indicando que está activado y comenzará a sonar.

Zara Radio nos proporciona la opción de programar 10 listas (páginas) de cuñas y podemos asignarle un nombre específico para diferenciarlas. Podremos hacer diferentes listas de cuñas en base a nuestros programas con los audios que más se ocupan en cada programa. Para cambiar la lista de cuñas programadas sólo tienes que hacer clic en la pestañita al final de la barra.

Programar eventos

Ahora vamos a aprender algo más avanzado, cómo programar eventos para sacar el máximo provecho de la función de automatización de emisoras que nos brinda Zara Radio.



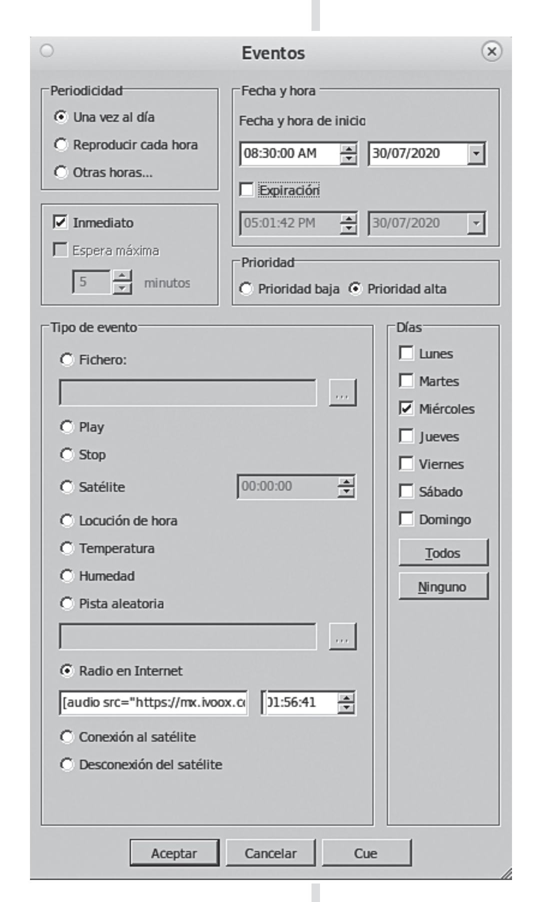
En la parte izquierda de la interfaz de Zara Radio tenemos la ventana de **Eventos próximos**. Es como la agenda del Zara Radio, donde se anotan todas sus tareas pendientes. Ahí podemos ir armando una lista de archivos que se reproduzca automáticamente a determinada hora. Puede ser una canción o un programa radiofónico al que queremos enlazarnos a través de Internet. También podemos programar la locución de hora cada cierto tiempo.

Para editar o agregar un evento damos clic en el relojito de la pantalla **Eventos Próximos.** La ventana que se abre está en blanco porque no hay ningún evento. Para programar uno, hay que dar clic en **Nuevo.**

En la pantalla siguiente podemos programar nuestro evento:

Periodicidad: cada cuánto tiempo queremos que se reproduzca automáticamente el archivo.

Fecha y hora: Qué día y a qué hora queremos que se reproduzca. Si queremos que la lista se detenga automáticamente, le marcamos **Expiración** y ponemos a qué hora queremos que finalice la reproducción. Si le marcamos **Inmediato**, se detendrá automáticamente lo que sea que esté sonando en Zara, para dejar paso al evento que programamos. En cambio, si marcamos **Espera máxima** y definimos un tiempo, esperará que acabe de reproducirse lo que está sonando para dar paso a lo programado.



Prioridad: Para marcar la importancia cuando están programados dos eventos para la misma hora. Por ejemplo si tenemos la locución de hora programada y al mismo tiempo el inicio de un programa.

Días: El evento es para determinados días de la semana o todos.

Tipo de evento: Los tipos que más se usan son:

– Fichero: Cualquier archivo que tengamos en la compu (programa, canción, cuña, etcétera.).
– Locución de hora.
– Radio en Internet.

Una vez que hemos confirmado dándole a Aceptar, veremos que nuestra lista de Eventos ya no está vacía, si no que aparece nuestro evento programado. Con Guardar podemos guardar nuestra lista de eventos y con **Aceptar** regresamos al interfaz de Zara Radio. Si el evento que programamos está muy próximo aparecerá en la ventanita de los próximos eventos.

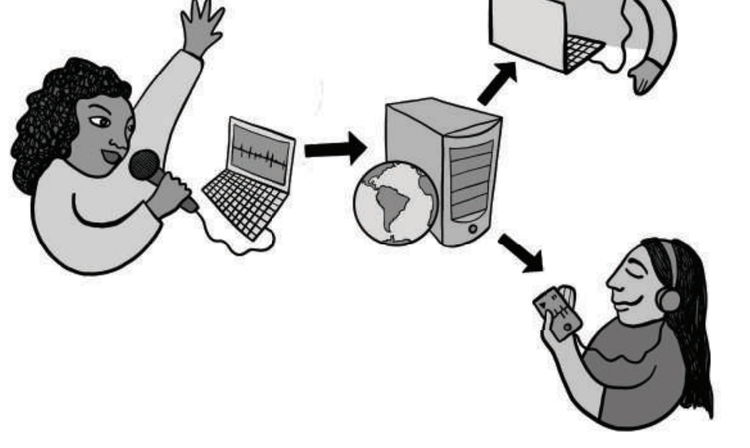


TRANSMISIÓN POR INTERNET

Con los avances en la tecnología de los últimos años las transmisiones por Internet (*streams*), son ahora mucho más accesibles. Aunque estas transmisiones presentan la posibilidad de una difusión más amplia es importante plantearse bien los objetivos antes de embarcarse en sacar nuestra trasmisión por Internet: ¿Para qué nos podría servir? ¿A quién estaría dirigida la transmisión? ¿Qué contenido podríamos estar pasando? y ¿Quién puede escuchar esta transmisión?

Aunque lxs radioescuchas que sintonizan la radio a través de Internet todavía son relativamente pocxs, comparado con la gente que escucha la radio en FM, hay algunos casos donde sí ha resultado ser muy importante. Es el caso de comunidades donde mucha población ha migrado al Norte, o en ciudades donde la gente tiene más acceso a Internet y pueden conectarse.

Lo que sí ha funcionado bastante es usar Internet para transmitir en vivo eventos importantes, asambleas o manifestaciones desde el sitio donde éstos se realizan, ya que esto presenta la posibilidad de realizar transmisiones de eventos aunque no estén dentro o cerca de nuestra cabina de radio y permite una difusión mucho más amplia que la radio en FM. Este planteamiento puede ser estratégico para que otras radios puedan retransmitir. La transmisión por Internet es la base técnica para la organización de transmisiones colectivas (cadenazos radiofónicos) donde participan diferentes radios de diferentes territorios. Una transmisión por Internet requiere de bastante planeación, coordinación y difusión de antemano para que lxs radioescuchas y otras radios estén pendientes de nuestra transmisión y sepan donde poder escucharla.



¿Cómo funciona la transmisión de audio en vivo por Internet?

Así como la radio en FM necesita un transmisor y una antena para que nuestra señal salga al aire, en las transmisiones por Internet necesitamos una computadora con un programa para mandar nuestro audio, una conexión de Internet y un punto de montaje que sería como nuestra frecuencia y que nuestrxs radioescuchas pueden sintonizar.

A través del programa en la computadora se manda el audio a un servidor web. Este servidor tiene instalado otro programa que le permite recibir y distribuir lo que mandamos desde nuestra compu. Para poder conectarnos al servidor necesitamos un punto de montaje. El audio no se queda guardado en el servidor, sino que está pasando "en vivo" y puede ser escuchado por cualquier persona en cualquier lugar del planeta en tiempo real mientras se transmite.

Parece un poco complicado pero realmente es sencillo. En general no nos tenemos que preocupar de lo que hace el servidor; lo único que necesitamos son los datos del punto de montaje y un programa en nuestra compu para conectarse al servidor.

Es importante destacar que hay dos modelos distintos de obtener un servicio de streaming. Hay empresas comerciales que cobran para el punto de montaje o que se financian con publicidad como listen2myradio.com, myradiostream.com o caster.fm. Por el otro lado están los colectivos y cooperativas que autogestionan servidores para medios comunitarios y organizaciones sociales. Cada uno tiene sus propias particularidades y condiciones. Aquí vamos a nombrar unos y su página web donde se encuentra más información:

Streaming.la	https://streaming.la
Yanapak.org	https://yanapak.org
Espora.org	https://espora.org
Mayfirst.org	https://mayfirst.coop/es/
Codigo Sur	https://codigosur.org

Para un buen funcionamiento del stream es importante contar con una buena conexión de Internet en nuestra cabina o en el lugar de transmisión. Si no la tenemos nuestra transmisión se va a interrumpir a cada rato. También la computadora con la que estamos transmitiendo juega un papel importante para el buen funcionamiento de la transmisión.

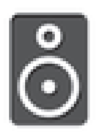


TRANSMITIENDO POR INTERNET CON BUTT

BUTT significa Broadcast Using This Tool (Transmite con esta herramienta). Es un programa de software libre que funciona en Linux, Mac o Windows y que sirve para mandar un audio desde una tarjeta de audio de la computadora a un Servidor de streaming.

Instalación: El programa BUTT se puede descargar gratis en http://danielnoethen.de/butt/

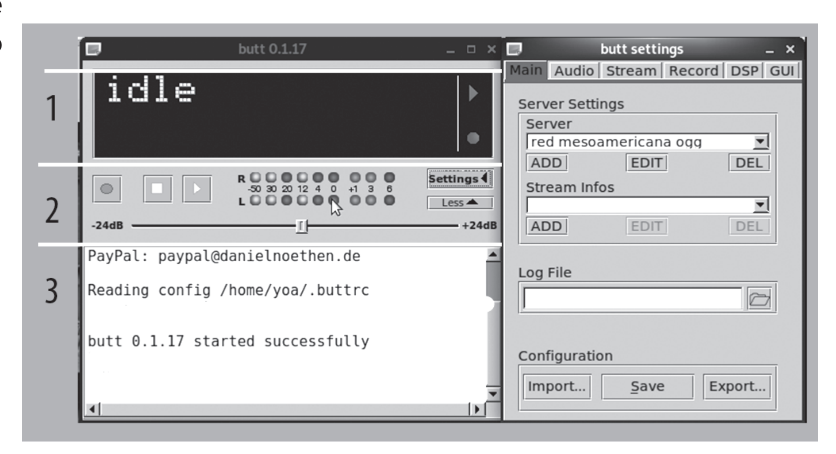
En Ubuntu o Debian lo podemos instalar desde el terminal con el comando: **sudo apt install butt**



Después de la instalación nos parece el símbolo de BUTT en nuestro escritorio o menú de la computadora.Una desventaja de BUTT es que su interfaz sólo se encuentra en inglés, pero existen varios manuales en español por ejemplo de Radios Libres[1] y Código Sur.[2] Una vez configurado bien podemos transmitir, monitorear, ajustar el volumen de la transmisión y hasta grabar el audio en nuestra computadora desde la pantalla principal del programa.

1) En la pantalla arriba se muestra el actual estado del programa. El símbolo de ▶ a la derecha se pone amarillo si BUTT esta conectado a un servidor. El símbolo ● esta en rojo si el programa esta grabando.

2) Con los botones de control podemos grabar, empezar y parar la transmisión. Las luces de colores indican el volumen de la entrada. El desplazador es para ajustar el volumen.
Es recomendable que las luces no pasen del +1.



1 https://radioslibres.net/butt-herramienta-sencilla-para-hacer-streaming/
2 https://blog.codigosur.org/como-hacer-streaming-con-butt/

Con el botón **Less** podemos reducir y ampliar las informaciones que muestra el programa.
Con el botón **Settings** entramos en los ajustes y configuraciones del programa.

3) En esta ventana de información el programa muestra datos sobre el funcionamiento del programa.

Configurar BUTT

Para que el programa funcione bien tenemos que poner los datos de nuestro punto de montaje y elegir el dispositivo de audio para el programa.

Punto de montaje:

Si damos clic en el lado derecho de la pantalla en el botón **Settings**, la ventana que aparece inicia con la pestaña **Main** y una pestaña para elegir el servidor a cual BUTT se conecta. Podemos agregar (**ADD**), modificar (**EDIT**) y borrar (**DEL**) servidores en esta lista.

Con un clic en **ADD** se abre la ventana para agregar un nuevo punto de montaje. En **Name** podemos poner el nombre que nosotrxs queremos, esto luego nos sirve para distinguir entre diferentes puntos de montaje (en el caso que tengamos varios guardados.)

En **Type** (Tipo) hay que elegir entre **Shoutcast** o **Icecast**. Esto es el programa que esta instalado en el servidor. El más común es **Icecast.** (Pero por cualquier duda se puede preguntar al proveedor del servidor.)

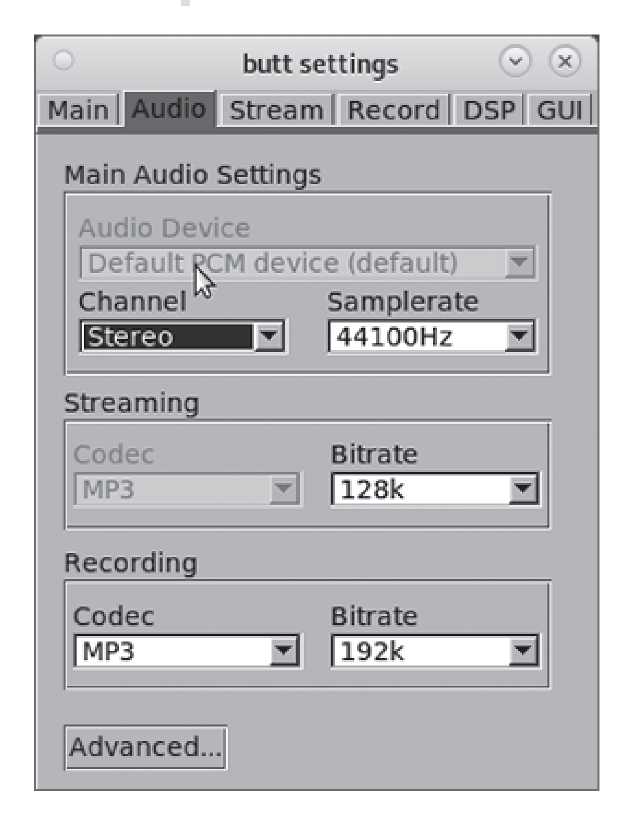
5

Address (Dirección del servidor), **Port** (Puerta del servidor), **Password** (Contraseña), **Icecast mountpoint** (Punto de montaje) y **IceCast user** (Usuario) son datos que nos tiene que proporcionar el proveedor del servidor.
Con el botón **Show Password** podemos hacer visible la contraseña.

Para finalizar la configuración en esta ventana damos clic en **Save.**

¡OJO! Si no insertamos correctamente la información el BUTT no se va a poder conectar al punto de montaje. Sobre todo en la contraseña hay que poner atención a las letras (mayúscula o minúscula) o las diferencias entre el número cero y la letra O. Estos datos son datos sensibles, cualquier persona que los tiene puede usar nuestro canal de stream, por esto hay que guardarlos bien y no compartirlos.

En la pestaña **Main** en **Stream Infos** podemos agregar algunas informaciones más sobre nuestro stream. Esta información está visible en el servidor y sirve para identificar mejor nuestra transmisión.



Audio:

Ahora vamos a configurar la fuente de audio con la cual BUTT trabaja. Lo haremos abriendo la segunda pestaña del menú de arriba con el nombre Audio.

En **Audio Device** tenemos que elegir la fuente de audio que vamos a usar. Puede ser la tarjeta interna de la compu (las entradas de miniplug de la computadora) o una mezcladora o tarjeta externa que tenemos conectada con USB.

En **Channel** podemos elegir entre el sonido estéreo o mono. **Sample Rate** es la cantidad de detalles que se transmite de un audio. Regularmente se maneja en la frecuencia de 44100 Hz.

En la sección abajo encontramos ajustes de **Streaming** (transmisión) y **Recording** (grabación). En ambos casos podemos definir el **Codec** y el **Bitrate.**

Codec es el formato en que queremos transmitir, por ejemplo .mp3 o .ogg. Esto depende de nuestro punto de montaje.

Bitrate es la calidad de audio que estamos emitiendo. La medida recomendable es 128 Kbps. Si vemos que nuestra transmisión se interrumpe porque no tenemos buena conexión de Internet, podemos bajarla a 64 Kbps, así ya no mandamos tantos datos, pero la calidad del audio ya no es tan buena.

Grabación

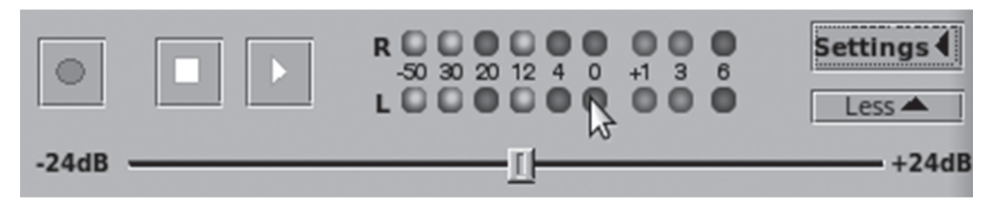
En la pestaña **Record** (Grabación) podemos elegir el nombre del archivo en que se guarda la grabación y el directorio en donde se guarda. Cada vez que damos clic al botón de grabar en la pantalla principal BUTT graba un nuevo archivo y agrega un número al nombre del archivo como Prueba1.mp3, Prueba2.mp3, Prueba3.mp3.

En la opción de **Split file** podemos elegir si BUTT hace automáticamente un corte después de ciertos minutos y empieza a grabar a lo que sigue en un nuevo archivo. Con el botón de **Split now** podemos hacer esto manualmente. Es muy practico si estamos grabando un evento o un programa que dura varias horas para dividir la grabación en varias partes.

5

¡A transmitir!

Si ponemos un audio deberían de parpadear las luces en la pantalla principal. Podemos ajustar el volumen con el regulador si hace falta. Si las luces no muestran una entrada hay que revisar la fuente de audio en **Settings – Audio** y los cables y equipos que estén conectados a la computadora.



Con el botón de **Play** nos conectamos al servidor, cuando estemos conectados aparecerá stream time en la pantallita y el tiempo corre.

Si BUTT no se puede conectar al servidor queda la palabra **connecting**… en la pantallita. En algunos casos aparece un mensaje de error en la ventana de información con más detalles. Hay que revisar la conexión de Internet y los datos que pusimos en la configuración del servidor en **Settings – Main – Server.**
Si apretamos el botón de grabar, el programa empieza a grabar un nuevo archivo en la carpeta que hemos elegido en la configuración Record.

¿Cómo escuchar nuestra transmisión?

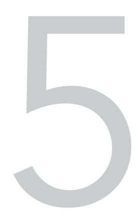
Ya estamos transmitiendo por Internet. ¿Pero cómo se puede escuchar? La manera más directa es sintonizar nuestro punto de montaje a través de un navegador web (Firefox, Chrome, Safari o Microsoft Edge). La dirección que tenemos que poner en la barra de navegación es un compuesto de los datos de nuestro punto de montaje.

Dirección del servidor / Nombre de la radio . Formato

https://a.stream.mayfirst.org/Mesoamericana.mp3

En el navegador aparece un reproductor si estamos transmitiendo y podemos escuchar. En el caso que no haya transmisión aparece un mensaje de error.

Otra forma de escuchar es a través de un programa de reproductor en nuestra computadora, como el programa **VLC** que mencionamos anteriormente. Sólo hay que ir a **Menú – Abrir emisión de red**… y ponemos la dirección de la transmisión que queremos escuchar.

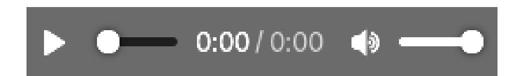


Reproducir desde un sitio web

La dirección del punto de montaje es muy larga y complicada. Muchas radios integran un reproductor para escuchar la radio desde su **sitio web** o **blog**. Estas direcciones generalmente son más cortas y más fáciles de poner en un cartel o aviso en la radio.

Podemos incluir un reproductor en nuestro web o blog copiando el siguiente código HTML, sólo hay que cambiar la dirección del *stream.*

```
<audio controls>
<src="https://a.stream.mayfirst.org/mesoamericana.mp3">
</audio>
```



En la transmisión por Internet hay una manera sencilla de revisar cuantos dispositivos están conectados y escuchando nuestra transmisión. Basta poner en el navegador la dirección de nuestra transmisión, pero quitando el nombre de la radio y el formato al final.

https://a.stream.mayfirst.org

En esta dirección nos aparece una lista con la información de todas las transmisiones que se hacen a través del servidor y podemos buscar la información de nuestra transmisión.

Mount Point /mesoamericana.mp3	M3U XSPF
Stream Name:	radiored
Stream Description:	Red Mesoamericana de radios comunitarias, indigenas, garifunas y feministas
Content Type:	audio/mpeg
Stream started:	Thu, 14 Jan 2021 23:10:41 -0500
Listeners (current):	0
Listeners (peak):	1
Genre:	transmision colectiva
Stream URL:	mesoamericana.mp3
Currently playing:	Luchas y resistencias Territoriales Garifuna Mapuche

5

GRABAR Y ARCHIVAR

Cuando estamos transmitiendo en vivo por FM o por Internet sólo nos están escuchando las personas que en este momento sintonizan la radio. Pero ¿Si a alguien le interesa y no puede sintonizar la radio a esta hora? ¿Cómo puede escuchar el programa? ¿Qué pasa con toda esta información que nos costó mucho trabajo elaborar? Si no grabamos nuestros programas en el momento de la transmisión se pierden para siempre.

Durante el golpe de Estado en Honduras las radios comunitarias realizaron un trabajo importante en informar, organizar la población y contrarrestar las informaciones falsas que difundieron la gran mayoría de los medios comerciales del país. Un trabajo increíble de corresponsalía y colaboración entre diferentes radios para denunciar y analizar lo que realmente estaba pasando en las calles y comunidades. La mayoría de estas producciones por la emergencia e inmediatez salieron directo al aire y no se grabaron, o están guardadas y olvidadas en alguna computadora o disco duro. Mucha de esta información se perdió para siempre y no se trata sólo de producciones o audios, es también una parte importante de la memoria histórica de la resistencia y la organización del pueblo hondureño.

Con esto no se quiere decir que tenemos que grabar todos nuestros programas. El programa nocturno de música romántica o el bloque de música revolucionaria probablemente no tienen mucha información relevante. Pero si transmitimos en vivo desde la asamblea de nuestra organización o la consulta comunitaria sobre el proyecto hidroeléctrico que se quiere imponer en nuestra comunidad, estas sí son informaciones importantes que tienen un valor histórico e incluso pueden ser importantes en el futuro para las luchas que acompañamos. Nuestro trabajo no es sólo el de difundir las voces de estas luchas, sino también el de documentarlas y conservarlas para el futuro.

Igual como para la música o las cuñas que producimos, para estas grabaciones podemos abrir una carpeta en nuestra computadora donde guardar nuestro archivo histórico. Y no olvidemos ponerle nombre, fecha y los metadatos a los archivos para poder encontrarlos después más fácilmente.

Una herramienta que sirve mucho para el archivo histórico es una tabla de registro de los archivos que incluye más datos. Este trabajo, en un principio, nos puede parecer un poco aburrido al hacerlo, pero cuando en

unos años necesitemos buscar alguna información específica en nuestro archivo,
¡Estaremos muy agradecidxs de tener este registro!

Nombre de archivo	Nombre del programa	Fecha de producción	Contenidos y temas	Personas participantes

Los programas BUTT y Audacity son muy útiles para grabar. En la parte de este libro que habla de los programas explicamos como se graba.





PUBLICAR EN INTERNET

Además de guardar audios en nuestro archivo histórico los podemos subir a una página web para que se puedan escuchar y descargar en cualquier momento. Internet nos da la posibilidad de compartir nuestras producciones de una manera rápida y sencilla con radios comunitarias y una audiencia en todo el mundo.

Un formato que esta ganando más y más importancia son los podcasts. Se trata de producciones digitales que se producen periódicamente y se publican en Internet. Pero la gran diferencia con la transmisión en vivo por Internet es que el audio se queda guardado en un servidor y se puede escuchar o bajar en cualquier momento.

Experiencias:

La radio Nuevo Sol Rebelde en Petén (Guatemala) produce los programas Vivas nos queremos y Un nuevo sol rebelde que se transmiten cada semana en vivo por Internet. Aunque la radio no tiene una señal en FM y tiene poca audiencia cuando transmite en vivo, sus programas alcanzan una gran audiencia a través de la retransmisión en otras radios comunitarias de Guatemala y Latinoamérica.

Para publicar audios los podemos subir a nuestra página web o blog. Otra posibilidad son plataformas que ofrecen estos servicios. Hay plataformas que son comerciales y cobran por el servicio, otras que se financian con publicidad y hay algunas que son sin fines de lucro y con un espíritu de compartir contenidos y fortalecer el intercambio de conocimientos y contenidos. Entre estas últimas les mencionamos algunas:

Radioteca.net nació como un portal de intercambio de producciones radiofónicas que enriquecemos entre todas y todos, con derechos compartidos, construido colectivamente por centenares de emisoras, centros y redes de América Latina y otras regiones del mundo. Desde 2020 Radioteca ya no recibe más audios y está congelado, pero la biblioteca sigue en línea y se encuentra una gran variedad de audios.

Archive.org es una biblioteca digital gestionada por una organización sin ánimo de lucro dedicada a la preservación de archivos, capturas de sitios públicos de la Web, recursos multimedia y *software.*

radioscomunitarias.info es la plataforma de la Red Mesoamericana de Radios Comunitarias, Indígenas, Garífunas y Feministas. Contiene una audioteca con producciones de las radios comunitarias que conforman la red.

¿QUIENES SOMOS? | RADIOS | ORGANIZACIONES | AUDIOTECA | CONTACTO

Audioteca

Aquí puedes consultar toda la lista de audios publicados en nuestro sitio.

Para descargar un audio en tu computadora haz clic con el **botón derecho** del ratón en el reproductor y elige **"Guardar audio como..."**

Programa radial: Justicia para Berta Cáceres, 18 de Marzo del 2021

marzo 20, 2021

Le invitamos a escuchar nuestro programa especial sobre la búsqueda de justicia sobre el asesinato contra nuestra hermana y compañera Berta Cáceres, que ejercieron empresas extractivistas, de muertes que se imponen a punto de bala y sangre en el territorio Lenca y en el resto del territorio. Karla Lara compañera de la organización y amiga de Berta nos comparte profundas enseñanzas, análisis y reflexiones de esta Honduras violenta e impune según diferentes organismos internacionales, pero que el COPINH sigue caminando, en la defensa de sus derechos como pueblos, organizado y luchando, así como el resto del territorio.

Comparte y escucha nuestro programa.

0:00 / 31:45

Programa Radial - AGUA, HIDROELÉCTRICAS, PRESOS POLÍTICOS

marzo 16, 2021

En el marco del 22 de marzo, día mundi[illegible]el Agua, Un Nuevo Sol Rebelde, te invita a estar pendiente de sus programas radial, referente a este tema, estaremos hablando sobre el derecho al agua, las amenazas a este recurso natural y también recordando, recalcando la lucha de muchas organizaciones, personas que defienden y luchan por este recurso.

Escucha y comparte:

0:00 / 46:18

Programa Radial - 8M

marzo 9, 2021

Un Nuevo Sol Rebelde, te invita a escuchar su programa radial dedicado al 8 de marzo, día internacional de la mujer, conmemorando las distintas luchas que las compañeras hacen de sus espacios, para reivindicar los derechos de mujeres y niñas, para exigir el respeto por sus derechos. Para recordar a quienes no nos acompañan físicamente, pero, nos ha quedado su lucha, su legado y esta fuerza para seguir exigiendo justicia, justicia por las niñas y mujeres violadas, quemadas, que aparecen muertas en este país machista y patriarcal.

En este programa radial, compartimos con ustedes sondeo de opinión, capsulas informativas de las demandas presentadas en Petén por la red departamental de organizaciones de mujeres de Petén.

Escuche y comparta:

0:00 / 49:07



CELULARES INTELIGENTES

Los celulares inteligentes se han convertido en una herramienta importante para nuestro labor de comunicadorxs comunitarixs. Un aparato pequeño que cumple con muchas funciones. Podemos tomar fotos o videos, grabar audios, estar en comunicación a través de chats, conectarnos a Internet y no olvidar las llamadas telefónicas.

Las posibilidades que nos ofrecen los celulares inteligentes exceden el formato de este libro, pero queremos mostrarles algunas de las funciones que creemos que pueden ser útiles. Los trabajos que podemos hacer con los celulares inteligentes son limitados y no ofrecen las mismas posibilidades que los programas en la computadora. Pero pueden ser de gran utilidad si no tenemos acceso a una computadora; por ejemplo: cuando estamos en la calle, reportando de una manifestación o en un evento al aire libre donde no hay conexión eléctrica o lugar para trabajar en la computadora.

Igual que en las computadoras, para los celulares inteligentes necesitamos unos programas para poder realizar funciones específicas. En los celulares estos programas se llaman aplicaciones (APPs). Para instalar aplicaciones tenemos que ir a la tienda de aplicaciones. Esta tienda depende del sistema operativo de nuestro celular. En Android es el Playstore de la empresa Google y en Iphone es el Applestore de Apple. Una alternativa para encontrar e instalar aplicaciones libres es F–Droid.[1]

Las siguientes aplicaciones son para celulares Android porque es el sistema operativo más común. Para instalar una APP en el teléfono tenemos que abrir el Playstore y buscar el nombre de la APP. Cuando elegimos una aplicación se nos muestra una descripción con más información sobre la APP y un botón para instalarla.

¡OJO! Las APPs piden permisos para poder tener acceso a la información que esta guardada en nuestro celular. Hay que estar consciente de la seguridad de nuestros datos, que compartimos con que APP y qué empresa esta detrás de estas APPs.
El espacio de almacenamiento que tenemos en nuestro celular para guardar archivos es limitado. Igual que los programas en la computadora cada APP, foto, vídeo o audio ocupa espacio en nuestro teléfono. Es recomendable borrar de vez de cuando archivos y aplicaciones que ya no usemos.

1 https://blog.codigosur.org/f-droid-la-tienda-no-privativa-para-nuestro-celular/

Grabar y editar audio:

Hay una gran variedad de APPs para grabar audio con el celular pero algunas de las aplicaciones guardan los audios en formatos no tan comunes y esto complica su uso en otros programas. Por esto es recomendable usar aplicaciones que pueden guardar archivos en formatos más comunes como .mp3 o .wav.

Smart Recorder es una aplicación para grabar audio con el celular. Puede guardar archivos de .mp3 y de .wav. Para grabar podemos usar el micrófono de los manos libres, que generalmente tiene mejor calidad de grabación que el micrófono integrado en el teléfono.

Lexis Audio Editor o RecForgeII[1] son APPs para grabar y editar audio. Las funciones de editar no son tan amplias como en programas para la computadora como Audacity pero son muy útiles si tenemos que editar un audio de manera rápida y sin acceso a una computadora. La edición de audio requiere espacio libre en el teléfono o la tarjeta SD. Lexis Audio Editor recomienda a lo menos 500 Mb de espacio libre.

Transmitir por Internet:

Antes hemos visto el programa BUTT para transmitir por Internet. Hay programas que cumplen con esta misma función para celulares y son muy útiles si sólo tenemos conexión de Internet a través de los datos de un celular:

Cool mic es una APP libre y gratuita para conectarse a un servidor y transmitir desde el micrófono del celular. La APP solamente permite conexiones con servidores Icecast y en el formato de .ogg

Broadcast myself es una aplicación gratis que ofrece varias funciones, permite de mezclar la entrada del micrófono con música que tenemos guardado en el celular. Funciona con servidores Icecast y Shoutcast y con los formatos de .ogg y .mp3. En el Playstore se encuentra la versión de paga que tiene algunas funciones más. La versión gratis se encuentra en: https://broadcastmyself.uptodown.com/android

1 https://radiotallercepra.org/uploads/media/06_manual_recforge.pdf

5

Programas de chat:

Las Apps de mensajería o chat hoy en día son la principal función que usamos en los celulares inteligentes y han desplazado las llamadas telefónicas. La APP más conocida es Whatsapp que pertenece a Facebook, pero hay otras alternativas que no son de empresas privadas y que ofrecen más seguridad.

Signal es una aplicación de mensajería cifrada de software libre y de código abierto, que nos permite enviar archivos, notas de voz, imágenes, texto y vídeos a través de Internet. Signal está diseñada por personas que ponen en el centro del desarrollo la seguridad y la privacidad de las personas usuarias.

Telegram es un servicio de mensajería cifrada que sirve para conversaciones de persona a persona o en grupo. Es propiedad del multimillonario ruso Pável Dúrov. Al igual que en WhatsApp se pueden enviar mensajes por texto, audio y video, realizar videollamadas y enviar archivos como .doc o .mp3. Sus principales características son la seguridad de la información y su independencia de las grandes compañías.

Compartir audios por Telegram

Para mandar audios recomendamos el uso de la aplicación Telegram. Aquí les dejamos una breve descripción de cómo se hace.

Aunque Telegram tiene una función de mandar mensajes de voz directamente desde la aplicación recomendamos de usar para la grabación una aplicación de grabadora (como las que mencionamos antes). Es más fácil de grabar el audio y si es necesario, podemos editarlo. Guardamos el audio en el formato .mp3 en nuestro celular.

Luego abrimos la aplicación Telegram y el chat donde queremos mandar el audio. Elegimos el símbolo del gancho que esta a la derecha de la ventanilla de chat. En las opciones que nos aparecen elegimos archivo y en la ventana que se abre buscamos y elegimos el archivo de nuestro audio que anteriormente hemos guardado. Con la flecha azul confirmamos y se envie el archivo elegido.

Abrir Telegram desde una computadora

Una cosa muy útil es la posibilidad de abrir Telegram en una computadora. En la radio comunitaria nos sirve para abrir nuestros chats en la computadora de la radio y podemos reproducir audios que nos llegan directo desde la computadora.

Para abrir nuestro chat de Telegram sólo tenemos que abrir el navegador web de la computadora y entrar en la dirección: https://web.telegram.org

Una vez que estemos en la dirección tenemos que poner nuestro numero de teléfono y país. Después de dar clic a siguiente vamos a recibir un código de confirmación a nuestro celular. Este código tenemos que copiar a la computadora y confirmar otra vez con siguiente. Y ya es todo, así tenemos acceso a nuestros chats en telegrama a través de la computadora.

¡OJO! Si usas una computadora que no es tuya (por ejemplo en un ciber) asegúrate cerrar tu sesión antes de dejar la computadora; si no, puede ser que tu cuenta de Telegram queda abierta y cualquiera que use la computadora puede acceder a tus chats.
Tienes que cerrar la sesión a través de tu celular. Entra en las opciones de Telegram a través del símbolo de tres lineas arriba y a la derecha. En la ventana eliges **Ajustes – Dispositivos** y en **Sesiones activas** encuentras todos los dispositivos que están vinculado con tu cuenta de Telegram. Para cerrar la sesión en uno de los dispositivos basta elegir el dispositivo y aparece un mensaje que confirma el cierre de la sesión.



CONSEJOS PARA EXPERIMENTAR Y EXCITAR LA CREATIVIDAD

Este texto forma parte del curso virtual de Radios Libres sobre la experiencia de RadioLAB. El texto esta publicado en https://radioslibres.net/capitulo-1-consejos-para-experimentar-y-excitar-la-creatividad/

En radio (y en todos los medios) resulta indispensable la creatividad. Pero, ¿dónde se consigue, en qué tienda se compra esta maravillosa cualidad que permite hacer buenos programas, buenos spots, buena comunicación?

Aunque no venden inyecciones ni pastillas de creatividad, esta cualidad se puede estimular. Se puede frotar la lámpara y dejar que el genio salga. Los tips que van a continuación te ayudarán a lograrlo.

1 Rechaza la primera idea
Entra en Internet, pon la palabra "creatividad" y busca las imágenes que pretenden ilustrarla. ¿Qué encuentras? Bombillos y más bombillos. Una persona con una idea brillante se suele dibujar con un foco amarillo sobre su cabeza. Es la primera idea, la más común de todas.

Las primeras ideas que vienen a nuestra mente son las tópicas, las repetidas, las que se le ocurren a cualquiera. Rechaza esas primeras ideas. Recuerda que la insatisfacción es la mejor consejera de quien quiere ser creativo.

Piensa, exprímete el cerebro. Verás que en el momento más inesperado salta la liebre. Cuando menos lo esperes, gritarás ¡eureka!

2 Da rienda suelta a la imaginación
Jorge Montalvo, de la Universidad de Lima, escribió una excelente definición de la creatividad:

> *¿Qué es pensar creativamente? Es nadar contra corriente. Es irse por las ramas. Es salirse del camino. Es llevarse por la intuición. O es, como dice Edward de Bono, pensar "lateralmente" y no "verticalmente".*

Atrévete a inventar. Si sale bien, pues bien. Y si sale mal, siempre será mejor equivocarse que no intentarlo. Imagina un programa sorprendente. Imagina un formato nunca experimentado. Ser radialista siempre implica una dosis de irreverencia y transgresión.

Conviene ser hereje y no seguir los dogmas del momento. Hereje, en su etimología, significa "quien piensa por cabeza propia". Por el contrario, quien sigue los dogmas es quien obedece al pensamiento ajeno. La herejía siempre es creativa, tiene colores. El dogma es gris.

3 Recombina elementos
Creatividad viene del verbo "crear". Y crear no es otra cosa que recombinar elementos, jugar con los datos que conocemos y que hemos ido recogiendo a lo largo de nuestra vida.

Por ejemplo, la palabra "nave" es muy común. Y el adjetivo "enterrada", también. Pablo Neruda juntó ambos términos en esta metáfora "nave enterrada" para referirse a la montaña de Machu Picchu, parecida a la quilla de un barco naufragado en las alturas andinas. Todo este poema es un derroche de creatividad juntando palabras conocidas de una forma novedosa, sorpresiva. Fíjate las combinaciones que hace el poeta:

Madre de piedra, espuma de los cóndores.
Alto arrecife de la aurora humana.
Pala perdida en la primera arena.
Túnica triangular
Lámpara de granito
Serpiente mineral
Nave enterrada…

La creatividad recombina los elementos que ya tienes en tu cabeza. (Por eso, los sueños resultan especialmente creativos porque el cerebro trabaja libremente con todas las imágenes acumuladas durante años).

Pero si has vivido poco, tendrás poco para recombinar. De ahí que el primer e innegociable tip para llegar a ser creativos y creativas consiste en desarrollar la "curiosidad intelectual". Lee, pregunta, conversa, investiga, interésate en las cosas diferentes, disfruta la diversidad… así el pozo de tu mente será profundo y siempre tendrá agua fresca.

4 Inventa en grupo
Nadie lo sabe todo y nadie lo ignora todo, repetía Paulo Freire. Por eso, la creatividad es una hija colectiva. Todo conocimiento, todo descubrimiento, toda idea novedosa es un fruto madurado entre varias mentes y muchas sensibilidades.

Para ponerle título a un programa de radio, reúnete con colegas, compren un par de cervezas o refrescos, y "boten corriente", como dicen en Colombia. Para inventar atractivas en tu radiorevista, escucha opiniones, pide sugerencias, inventa en grupo. ¿Quieres rejuvenecer la programación en tu emisora? Llama a todo el equipo para que suelten las ideas más atrevidas, las propuestas más locas.

No hay genios ni genias solitarias. Y quienes creen serlo acabarán comprobando aquel viejo refrán que dice: "el doctor y un campesino saben más que el doctor solo".

5 Métele pasión a lo que haces
Nada más creativo que el amor. Si te gusta trabajar en radio, si te brillan los ojos cuando entras a cabina y te dan la señal de hablar, si disfrutas haciendo entrevistas, redactando libretos, grabando sociodramas, transmitiendo desde la calle, haciendo periodismo de investigación… si sientes pasión por lo que haces, en ti florecerá la creatividad.

"Sólo se ve bien con el corazón", le decía el zorro al Principito. Sólo se crea bien con el corazón, les decimos a ustedes, radialistas.

REFERENCIAS

Agua y Vida: Mujeres, Derechos y Ambiente AC (2018). Cartografías Ecofeministas para la defensa del Territorio Cuerpo Tierra en contra del extractivismo. Recuperado de: https://aguayvida.org.mx/wp-content/uploads/media/documents/2019/05/cartografias-ecofeministas-para-la-defensa-del-territorio-cuerpo-tierra-oct2018.pdf

Almendra, Vilma (2017). Entre la emancipación y la captura. México: Pueblos en camino-Pensaré Cartoneras-Grietas.

Behringer (2013). User Manual XENYX QX1202USB. Recuperado de: https://mediadl.musictribe.com/media/sys_master/h33/hb6/8849481957406.pdf

Binder, Inés y García Gargo, Santiago (2020). Politizar la tecnología. Radios comunitarias y derecho a la comunicación en los territorios digitales. Argentina: Ediciones del Jinete Insomne.

Brigada Humanitaria de Paz Marabunta (2020). Infografía Red de monitoreo. Recuperado de: https://www.facebook.com/bhPAZm

Cabnal, Lorena (2019). "Humus: tierra fértil para sembrar la rebeldía". La tinta. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=gOkbzksSakQ

Campos Guadamuz, Álvaro (2007). Así aprendimos a ser hombres. Costa Rica: Oficina de Seguimiento y Asesoría de Proyectos OSA. Recuperado de: https://www.endvawnow.org/uploads/browser/files/This%20is%20How%20We%20Learned%20to%20be%20Men_Spanish.pdf

Chanan, Michael (1982). "La guerra en el salvador: la fabricación de la noticia" En Comunicación y cultura, no.8.

Colectivo Miradas Críticas del Territorio desde el Feminismo (2017). Mapeando el cuerpo-territorio: Guía metodológica para mujeres que defienden sus territorios. Ecuador: Colectivo Miradas Críticas. Recuperado de: https://miradascriticasdelterritoriodesdeelfeminismo.files.wordpress.com/2017/11/mapeando-el-cuerpo-territorio.pdf

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2000). Declaración de principios sobre libertad de expresión. Recuperado de: http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=132&lID=2

COMPPA (2014). La voz que vuela: Una guía práctica para comunicadoras comunitarias. Mesoamérica: COMPPA Recuperado de: https://comppa.org/wp-content/uploads/2019/01/lavozquevuela_PDF_CC-1.pdf

COMPPA (2019). Sembrando Voces teoría 1: Manual de comunicACCIÓN comunitaria. Mesoamérica: COMPPA. Recuperado de: https://comppa.org/wp-content/uploads/2020/10/VERSION-FINAL-SV-teoria1.pdf

REFERENCIAS

Confluencia Nuevo B'aqtun (2014). El UtzlliiJ K'aslemal - El Raxnaqull K'aslemal. Alainet. Recuperado de : https://www.alainet.org/images/Buen%20Vivir%20Guatemala-pdf.pdf

CORECO (2002). ¿Qué es el conflicto? México. Recuperado de: http://coreco.org.mx/wordpress/wp-content/uploads/cuaderno-3-que-es-el-confllicto.pdf

Cúc, Walter Emilio (2020). Entrevista con COMPPA [inédita]

El Colegio de México (2021). Diccionario del Español de México (DEM). México: Colmex A.C.. Recuperado de : http://dem.colmex.mx

Elizalde, Rosa Miriam (2018). "Colonialismo 2.0 en América Latina y el Caribe:¿Qué hacer?". Nodal. Recuperado de: https://www.nodal.am/2018/08/colonialismo-2-0-en-america-latina-y-el-caribe-que-hacer-por-rosa-miriam-elizalde/

García Gago, Santiago (2013). Manual para Radialistas Analfatécnicxs. Bolivia: García Gago, Santiago https://www.analfatecnicos.net/

Gomez Grijalva, Dorotea (2012). Mi cuerpo es un territorio. Recuperaddo de: https://brechalesbica.files.wordpress.com/2010/11/mi-cuerpo-es-un-territorio-polc3adtico77777-dorotea-gc3b3mez-grijalva.pdf

Guzmán, Adriana (2015) "Feminismo Comunitario-Bolivia. Un feminismo útil para la lucha de los pueblos" en Revista con la A, no.38. Recuperado de: https://conlaa.com/feminismo-comunitario-bolivia-feminismo-util-para-la-lucha-de-los-pueblos/

Iniciativa Mesoamericana de Defensoras de Derechos Humanos (2014). Travesías para pensar y actuar. Experiencias de autocuidado de defensoras de derechos humanos en Mesoamérica. Recuperado de: http://im-defensoras.org/wp-content/uploads/2017/02/223570458-TRAVESIAS-PARA-PENSAR-Y-ACTUAR-EXPERIENCIAS-DE-AUTOCUIDADO-DE-DEFENSORAS-DE-DERECHOS-HUMANOS-EN-MESOAMERICA.pdf

Iniciativa Mesoamericana de Defensoras de Derechos Humanos (2013). ¿Qué significa el auto-cuidado para las defensoras de Derechos humanos? Diálogos entre nosotras. Recuperado de: http://im-defensoras.org/wp-content/uploads/2017/02/204540151-Que-signfica-el-autocuidado-para-las-defensoras-de-derechos-humanos-Dialogos-entre-nosotras.pdf

Instituto Nacional de las Mujeres (2007). Glosario de género. México: INM.

Jimenez Gallan, Amalia (2014). Poder y medios en Centroamérica. El Salvador: Fundación comunicándonos. Recuperado de : https://www.radioscomunitarias.info/wp-content/uploads/2021/03/poder-y-medios-en-centroamrica.pdf

Lara, Karla (2020). Ponencia para Brujula Mujer Cooperativista. [inédita]

REFERENCIAS

López Vigil, José Ignacio (2014). Radialistas apasionados y apasionadas, Manual urgente para Radialistas apasionadxs. México: Pez en el árbol.

Massis, Diana (2020). Marta Peirano y la economía de la atención: Somos menos felices y menos productivos que nunca porque somos adictos, entrevista BBC. Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias-51268343

Milpa digital. (2019) El software libre. Recuperado de: https://milpadigital.org/wp-content/uploads/2019/10/MilpaDigital-12-color.pdf

Miranda, Miriam. (2020) "Ponencia" en Seminario sobre ZEDEs de BUKO. Recuperado de: https://www.oeku-buero.de/charter-cities-zede.html

Ojo de Agua Comunicación (2018). Ideas y prácticas para radios comunitarias. Recuperado de: https://ojodeaguacomunicacion.org/wp-content/uploads/2019/09/Ideas-y-pra%CC%81cticas-para-radios-comunitarias-web.pdf

Proyecto de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (2018). Seguridad comunitaria y territorio: apuntes metodológicos desde la defensa integral. México: Prodesc A.C. Recuperado de: https://prodesc.org.mx/wp-content/uploads/2019/11/book-prodesc-2019-v_espanol_web-comprimido.pdf

Próspera. Lanzamiento en Roatán. Creciendo con Honduras. Recuperado de: https://prospera.hn/

Radialistas apasionados y apasionadas (2011). Radios por la Igualdad. Recuperado de: https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_12/12-08_Guia_Metodologica_Radios_por_la_Igualdad.pdf

Radialistas apasionados y apasionadas (2013). "Públicos, privados y comunitarios". Recuperado de: https://radialistas.net/publicos-privados-y-comunitarios/

Red Nacional de Defensoras de Derechos Humanos de Honduras (2020). Informe semestral de registro de Agresiones a Defensoras de Derechos Humanos en Honduras 2020. Recuperado de: https://drive.google.com/file/d/1k1KzFz-tSiO-hGF3jsAC8zSedx4Jx-7a/view

Sursiendo (2012). "Bienes comunes naturales". Recuperado de: https://sursiendo.org/blog/2012/04/bienes-comunes-naturales

Sursiendo (2016). "Entrevista a Paola Ricaurte" en ¿Es Internet un bien común? Recuperado de: https://sursiendo.org/blog/2016/03/es-internet-un-bien-comun/

The Rules (2019). Culture Hack Method Toolkit 1.0. Recuperado de: https://therules.org/wp-content/uploads/2019/12/Culture-Hack-Method-Toolkit-1.0.pdf



COMPPA ~ Comunicadores y Comunicadoras Populares por la Autonomía
comppa@comppa.org
https://www.comppa.org/

“Sembrando Voces. Manual de ComunicACCIÓN Comunitaria. Teoría 2”
COMPPA

Impresión: Ciudad de México, México
Tiraje: 500 ejemplares
2021



"Sembrando Voces. Manual de ComunicACCIÓN Comunitaria" es una publicación dedicada a todxs las que quieran reflexionar y practicar una comunicación diferente, libre, combativa, respetuosa, incluyente, creativa y feliz. En otras palabras, una comunicación viva y activa, una comunicACCIÓN comprometida con la realidad de quien la práctica y apuesta a un cambio, no sólo en las comunidades sino en el mundo entero.

El manual dos contiene temas que amplían las explicaciones y experiencias del primer libro, profundizando conocimientos y reflexiones sobre los medios comunitarias y el poder mediático, los aspectos legales y legítimos de la comunicación comunitaria, la lucha de las mujeres y su participación en los espacios colectivos, las estrategias de organización interna en nuestros medios, la grabación y edición digital de materiales radiofónicas y su difusión.

En COMPPA deseamos que este manual ayude a cultivar y crecer la semilla que plantamos con el primer libro. Y así, nuestros espacios de capacitación y las nuevas generaciones de comunicadores populares crezcan con raíces profundas, más fuertes y que se multipliquen.